

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

OLEH:

DEWI BERLIAN HARAHAHAP

NIM 26134089

**PROGRAM STUDI
EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2017

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA**

SKRIPSI

OLEH:

DEWI BERLIAN HARAHAHAP

NIM 26134089

PROGRAM STUDI

EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2017

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dewi Berlian Harahap**
NIM : 26.13.4.089
Tempat/ tgl Lahir : Gunung Tua, 27 November 1993
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Pancing Gang Rezeki No. 70A

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 04 Oktober 2017

Yang membuat pernyataan

Dewi Berlian Harahap

NIM. 26.13.4.089

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
MEDAN AKSARA**

Oleh:

DEWI BERLIAN HARAHAHAP

NIM: 26134089

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 25 September 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Ridwan, MA

NIP. 19760820 200312 1 004

Fauzi Arif Lubis, MA

NIP. 19841224 201503 1 004

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Marliyah, M. Ag

NIP. 19760126 200312 2 003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA**” an. Dewi Berlian Harahap, NIM 26.13.4.089 Program Studi Ekonomi Islam, telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 25 Oktober 2017. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program Studi Ekonomi Islam.

Ketua,

Medan, 25 Oktober 2017
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam
Sekretaris,

Dr. Marliyah, M. Ag
NIP. 19760126 200312 2 003

Dr. Hj. Yenni Samri Juliati, Nst, MA
NIP. 19790701 200912 2 003

Anggota

1. Dr. M. Ridwan, MA
NIP. 19760820 200312 1 004

2. Fauzi Arif Lubis , MA
NIP. 19841224 201503 1 004

3. Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 19760818 200710 1 001

4. Mhd. Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIB. 1100000090

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN Sumatera Utara Medan

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 19760507 200604 1 002

ABSTRAK

Dewi Berlian Harahap (2017), “**Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara**”. Dengan pembimbing I Bapak Dr. M. Ridwan, MA dan pembimbing II Bapak Fauzi Arif Lubis, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan pada Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara dan untuk mengetahui Bank Syariah Mandiri berperan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara pada pengguna *e-channel* sebanyak 92 responden. Instrument pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner, untuk variabel teknologi informasi 6 item pernyataan dan untuk variabel kualitas pelayanan 10 item pernyataan, serta untuk variabel kepuasan nasabah 6 item pernyataan, semua pernyataan reliabel. Dan untuk data sekunder yang diperoleh berupa data yang berkaitan dengan penggunaan *e channel banking* dan standar operasional pelayanan pada bagian *costumer service*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji autokorelasi, uji multikoleniaritas, uji heterokedastisitas, uji determinan, uji t dan uji f dengan bantuan SPSS versi 15.0. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tingkat signifikan dari teknologi informasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $7,302 > 1,986$. Tingkat signifikan dari kualitas layanan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,199 > 1,986$. Dari uji determinasi R^2 diketahui bahwa besarnya presentase pengaruh variabel teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 0,616 atau 61,6%. Artinya pengaruh teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Keyword: Pengaruh, Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr Wb

Syukur Alhamdulillah, berkat limpah dan rahmat taufiq, inayah, dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis. Rasa syukur itu semakin bertambah dalam diri penulis ketika skripsi ini dimunaqasahkan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW serta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara”** yang diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Islam prodi Ekonomi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU).

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menghadapi rintangan dan hambatan. Namun, Alhamdulillah berkat bimbingan dari Bapak Dr. M. Ridwan, MA dan Bapak Fauzi Arif Lubis, MA sebagai pembimbing I dan pembimbing II masalah tersebut dapat diatasi dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan.

Kemudian ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda Yusuf Harahap dan Ibunda tercinta Nurhanisa Siregar, cucuran kasih sayang, do'a dan motivasi hidup yang kalian berikan kepada ananda. Saudara-saudaraku tersayang Parida Harahap, Spd.I, Rosnauba Harahap, Rizki Marito Harahap, Adian Halomoan Harahap, Usman Arifin Harahap, dan Toni Nasution, Mpd serta seluruh keluarga yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Marliyah M. Ag selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Seluruh keluarga PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara yang telah banyak memberikan bantuan, berupa data dan informasi serta arahnya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ucapan terima kasih Teristimewa untuk Muhammad Sulaiman Siregar yang tidak pernah letih memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini yang selalu setia menemani baik duka maupun suka.
7. Rekan-rekanku tercinta jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Perbankan Syariah (EPS C), teristimewa untuk sahabat-sahabatku tersayang saudara Ulfa Yolanda, Faet Amiroh Panjaitan, Nurmaya Wulandari Br. Ritonga, Azar Sariah, Nur Rahmadhani Nasution, Permata Sri Dwi, Chairina, Muhammad Irfan, Rafiki Al-Rasyid, Syaddad Amni Dalimunthe, Rizki Puspita Nasution, Nur Jannah Daulay, dan Kaesty Vidia Utari yang sama-sama berjuang, saling membantu dan saling menyemangati dalam mengerjakan skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekeliruan, baik dari segi penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Di samping itu, penulis juga berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Medan, 05 Oktober 2017

Penulis

Dewi Berlian Harahap

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka	8
1. Perbankan Syariah.....	8
2. Pengertian Teknologi Informasi.....	9
3. Sistem Teknologi Informasi Perbankan Syariah	10
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Teknologi Informasi	12
5. Dimensi Teknologi Informasi	14
6. Pengertian Pelayanan.....	15
7. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik.....	15
8. Karakteristik Pelayanan Yang Baik	19
9. Dimensi Pelayanan.....	20
10. Pelayanan Dalam Perpektif Islam	21

11. Kualitas Layanan	23
12. Pengertian Kepuasan	24
13. Dimensi Kepuasan	26
14. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah	27
15. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Konsumen	28
16. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam	31
B. Kajian Terdahulu	32
C. Kerangka Teoritis	34
D. Hipotesis Penelitian	35
 BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Jenis Data	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	38
F. Definisi Operasional	40
G. Analisis Data	41
1. Uji Persyaratan Analisis	41
2. Uji Asumsi Klasik	42
3. Uji Statistik	44
 BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	46
1. Sejarah Perusahaan	46
2. Visi dan Misi Perusahaan	48
3. Ruang Lingkup Bidang Usaha	48
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara	53
B. Hasil Penelitian	54
1. Identitas Responden	54

	2. Deskripsi Variabel Penelitian	56
	3. Uji Persyaratan Analisis	61
	4. Uji Asumsi Klasik	65
	5. Uji Statistik.....	70
	C. Interpretasi Penelitian	75
	D. Pembahasan.....	76
BAB V	BAB V	
	A. Kesimpulan	79
	B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		83

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Kajian Terdahulu	32
2 Intrumen <i>Skala Likert</i>	39
3 Indikator Kepuasan Nasabah	40
4 Indikator Teknologi Informasi	40
5 Indikator Kualitas Layanan	41
6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	42
7 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	54
8 Identitas Responden Menurut Usia	54
9 Identitas Responden Menurut Masa Kerja	55
10 Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan	55
11 Skor Angket Untuk Variabel Teknologi Informasi	56
12 Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Pelayanan	58
13 Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah	60
14 Hasil Uji Validitas.....	62
15 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	64
16 Hasil Uji Reliabilitas	64
17 Hasil Uji Multikolinieritas	68
18 Hasil Uji Autokorelasi	69
19 Hasil Uji R^2	70
20 Hasil Uji T	71
21 Hasil Uji F	73
22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kerangka Teoritis	34
2	Histogram Display Normal Curve	66
3	P Plot dan Kurva Normal	67
4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Output Hasil Penelitian	84
2 Tabulasi Data	93
3 Data Penggunaan E Channel Tahun 2017.....	96
4 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara	97
5 Kuesioner Responden	98
6 Persetujuan Izin Riset.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangat tajam yang ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perekonomian yang bersifat produktif. Industri perbankan nasional, memiliki masa depan yang cerah hal itu didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan ditunjang oleh jumlah penduduk Indonesia yang besar. Jika kedua potensi tersebut dikembangkan secara maksimal perbankan nasional bisa berperan lebih besar dan dibutuhkan oleh masyarakat sendiri.¹

Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia.

Teknologi Informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Mulai dari wahana teknologi informasi yang paling sederhana berupa perangkat radio dan televisi, hingga internet dan telepon genggam dengan protokol aplikasi tanpa kabel (WAP), informasi mengalir dengan sangat cepat dan dalam skala minggu atau hari atau bahkan jam, melainkan sudah berada dalam skala menit dan detik. Sebagai contoh adalah seseorang dari Indonesia mengirimkan sejumlah uang untuk anaknya yang sekolah di Australia, pada saat yang hampir

¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 27

bersamaan si anak langsung menerima uangnya lewat bank atau ATM.

Tujuan pengembangan teknologi informasi di PT. Bank Syariah Mandiri adalah agar setiap nasabah mendapat kemudahan dalam bertransaksi, baik di wilayah Indonesia maupun di luar negeri. Menerjemahkan harapan nasabah tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri membutuhkan sistem yang *online*, *real time* dan fleksibel. Karena itulah, Bank Syariah Mandiri kemudian mengembangkan *Domestic and International Payment System* (DIPS). Keistimewaan sistem pembayaran berbasis TI itu, dinilai memberikan pengaris signifikan terhadap proses bisnis bank yang memiliki asset total Rp. 255,28 triliun ini. Bank Syariah Mandiri melakukan perubahan terhadap sistem bisnisnya. Kadang-kadang perusahaan menerapkan TI tanpa mengubah proses bisnisnya, sehingga penerapan TI tersebut tidak efisien. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri melakukan perubahan dalam proses bisnisnya sehingga bisa lebih efisien.

Teknologi informasi dalam jasa keuangan dapat dilakukan melalui internet banking yang dapat mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi yang ditentukan oleh nilai dari “kemudahan” dibandingkan dengan segi-segi yang lain dari jasa tersebut, misalnya interaksi manusia, dan kontribusi relatifnya terhadap hasil-hasil yang positif. Membuka peluang sosial media *marketing* merupakan salah satu cara pemasaran *online* yang sedang berkembang. Peluangnya bertambah dengan maraknya pengguna *gadget* di Indonesia, dengan semakin pesat mengenai *social media marketing* tersebut tentunya akan menambah warna pada ranah penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

Pengguna teknologi internet terus meningkat dari tahun 2012 ke tahun 2016. Setidaknya itu terbukti dari data yang disajikan oleh Nilai transaksi *internet banking* di Indonesia telah mencapai Rp 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM + debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012. Pada tahun 2017 ini terjadi penurunan dalam transaksi *internet banking*. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat. *Internet banking* merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau alat pandai lainnya. Teknologi telah memungkinkan para pembuat keputusan untuk mengorganisasi distribusi secara

radikal, menggabungkan jaringan internet, sistem *hub* dan *spoke*, pemrosesan terpusat, dan lain-lain, yang menghasilkan *internet banking* dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi.²

Meskipun berpotensi mengurangi biaya, (dampak *internet banking* terhadap penyedia jasa keuangan adalah menurun saat sistem jaringan bersama berkembang), dampak *internet banking* dalam jangka panjang, serta teknologi yang lain, terhadap profitabilitas akan tergantung pada sikap nasabah dan perilaku-perilaku yang diakibatkannya. Semakin banyak jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan terus meningkatnya sumber daya manusia (SDM) dan ketepatan penggunaan teknologi dapat membuat kecewa atas pelayanan yang diberikan.

Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah. Kompetisi yang sering terjadi dalam dunia perbankan adalah pemberian hadiah atau bonus yang menarik dan juga jasa pelayanan dari sumber daya manusia sehingga teknologi yang digunakan khususnya teknologi informasi pada aspek-aspek pelayanan. Namun faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah adalah dari kualitas pelayanan sehingga apabila bank tidak memperhatikan aspek-aspek pelayanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya nasabah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan pihak bank yang bersangkutan.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Dalam industri perbankan keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi seperti *ATM*, *mobile banking*, *internet banking* serta pelayanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas.

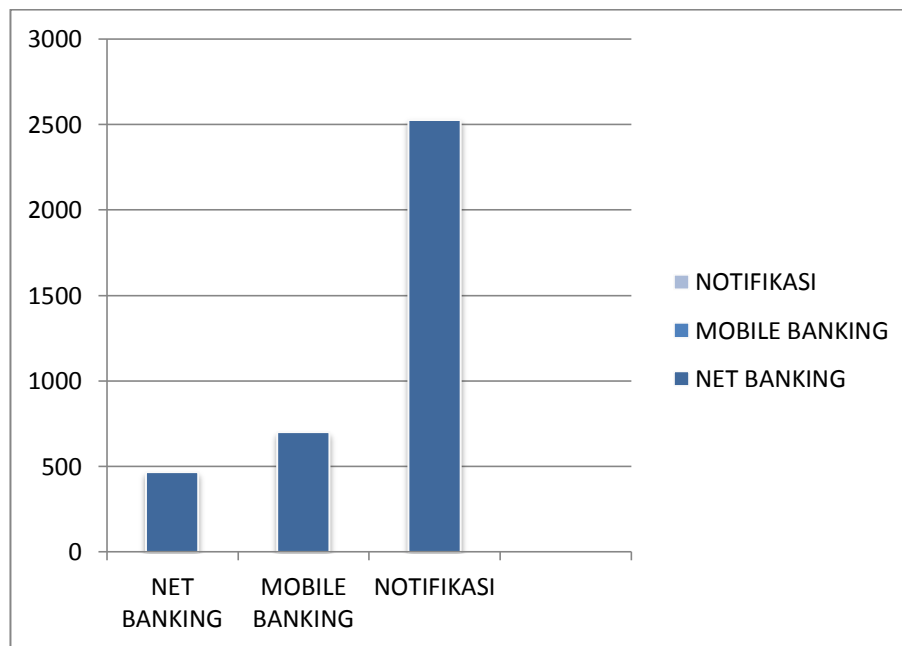
Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas layanan yang dirasakan

² Abdul Kadir, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Andi Publisher: 2006), hal. 32

nasabah serta kepuasan adalah terkait dengan retensi nasabah dan profitabilitas, meskipun hubungan diantara konstruk-konstruk ini belum ditetapkan sepenuhnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.³

Penerapan *internet banking* mulai berkembang dalam dunia perbankan, ini dibuktikan dari jumlah pengguna *e channel* di setiap bank syariah mandiri.

DATA PENGGUNA E CHANNEL TAHUN 2017



*data MIS tanggal 02 Agustus 2017

Di Indonesia, *internet banking* telah diperkenalkan pada nasabah Bank Syariah Mandiri. Dengan memberikan fasilitas ATM serta kemudahan-kemudahan dalam *internet banking* maka Bank Syariah Mandiri yang bersaing demi mendapatkan nasabah. Bank Syariah Mandiri menyediakan layanan *internet banking* dengan memberikan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet selama 24 jam, 7 hari seminggu bagi nasabah bank. Oleh sebab itu, dalam teknologi ISST (*Internet Self Service Technology*), diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan teknologi informasi seperti: kemudahan dalam bertransaksi.

³Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta. 1994), hal.18

Berdasarkan uraian diatas judul yang dipilih adalah PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA .

B. Identifikasi Masalah

Saat ini perbankan telah memperkenalkan internet banking untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi. Terlepas dari segala usaha yang bertujuan untuk mengembangkan teknologi informasi yang lebih baik dan mudah, teknologi informasi secara umum kurang diperhatikan dan dimanfaatkan oleh nasabah.

Oleh karena itu dibutuhkan pemahaman akan penerimaan nasabah terhadap teknologi informasi dan kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempermudah transaksi nasabah di bank yaitu melalui ATM, *internet banking* dan *mobile banking*. Isu ini penting karena jawaban atas penelitian ini akan membantu industry perbankan untuk merumuskan kualitas layanan mereka untuk mendapatkan kepuasan nasabah dengan cara mempermudah nasabah dalam bertransaksi.

Untuk itu perlu adanya penelitian yang mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah memiliki kepuasan dengan kualitas layanan teknologi informasi. Mengingat studi sebelumnya yang sama masih sedikit dan khususnya yang belum melakukan transaksi melalui teknologi informasi di Kota Medan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi informasi untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi serta mendapatkan kepuasan dalam transaksi nasabah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian hanya membatasi penelitian pada dua variabel saja yaitu teknologi informasi meliputi *mobile banking*, *ATM*, dan *internet banking* dan kualitas layanan. Layanan di bank begitu banyak namun yang diteliti oleh peneliti hanya layanan *costumer service*. Penelitian ini dibatasi supaya penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, dan

mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial?
3. Apakah teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan?

E. Tujuan dan manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui teknologi informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan.

b. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan teknologi informasi perbankan dan kualitas layanan dalam transaksi sehingga dapat

menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan bangsa pasarnya dalam dunia globalisasi.

2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dalam memanfaatkan kualitas layanan teknologi informasi. Kemudian bagi nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan kualitas layanan teknologi informasi dapat mengetahui kegunaan serta fungsi teknologi informasi, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi yang dilakukan nasabah bank.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan kualitas layanan teknologi informasi dan perilaku konsumen untuk kepuasan bertransaksi di bank dengan jalan menambah beberapa variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Perbankan Syariah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

2. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Secara implisit dan eksplisit TI tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi. Dengan kata lain, yang disebut teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi.

Yang termasuk dalam *Information system resources* adalah:

- a. *People Resources, Specialists End users*
- b. *Hardware Resources, Machines dan Media*
- c. *Software Resources, Programs dan Procedures*
- d. *Data Resources, Product descriptions, customer records, employee files, inventory databases*
- e. *Network Resources, Communications media, communications processors, network access and control software*
- f. *Information Products, Management reports and business documents using text and graphics displays, audio responses, and paper forms*

Sementara itu yang *Information System Activities* meliputi:

- a. *Input of data resources*
- b. *Processing of data into information*

- c. *Output of information products*
- d. *Storage of data resources*
- e. *Control of system performance*

3. Sistem Teknologi Informasi Perbankan Syariah

Teknologi informasi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk dapat lebih kompetitif dalam bidangnya. Teknologi informasi akan mendukung terciptanya suatu sistem informasi yang di butuhkan oleh konsumen, sementara definisi dasar yang membentuk sistem informasi itu sendiri adalah data, informasi dan sistem informasi. Perkembangan teknologi informasi di dunia tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan teknologi komputer.

Peningkatan kemampuan komputer yang amat pesat dan dapat digambarkan sebagai suatu kuantum dalam perkembangan teknologi, sangat membantu perkembangan teknologi informasi Berikut ini penjabaran teknologi sistem informasi yang dipergunakan di PT. Bank Syariah Mandiri Tbk. Kategori Sistem Informasi Managemen yang digunakan Bank Syariah Mandiri. Kategori Sistem Informasi Management dapat dikelompokan menjadi 2 (dua) fungsi yaitu sbb :

a. *Operation Support System Function.*

Jenis Sistem Informasi Manajemen dari fungsi *Operation Support System* yang diterapkan fungsi *Transaction Processing System* (TPS). *Transaction Processing System* tersebut digunakan untuk memproses transaksi produk perbankan seperti pembiayaan, penyimpanan uang (deposit), *trade finance* serta jasa perbankan lainnya.⁴

b. *Management Support System Function*

Jenis Sistem Informasi Manajemen dari fungsi *Management Support System* yang diterapkan yaitu *Management Information System* (MIS). MIS digunakan dalam rangka menyediakan informasi yang diperlukan bagi setiap level manajemen di Bank Syariah Mandiri untuk mendukung pengambilan keputusan. Dalam terminologi yang digunakan di bisnis perbankan pada umumnya,

⁴Abdul Kadir, Triwahyuni, *Pengenaan Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: TCH, 2005), hal. 122

framework dari Sistem Informasi Manajemen di Bank Syariah Mandiri dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) *Core Banking System (CBS)* merupakan suatu *Host System* yang fungsinya ialah sebagai *Customer Database Organizer*, dimana aplikasi tersebut berfungsi sebagai *Grafic User Interface (GUI)* yang mendukung setiap transaksi perbankan yang dilakukan. Data tersebut meliputi *Customer Information File (CIF)*, *payment & Deposit Transaction System*, *Trade Finance System* dan jasa-jasa perbankan lainnya.
- 2) *Banking Delivery System (BDS)* adalah fasilitas *delivery* dimana nasabah bisa melakukan *access* terhadap produk dan jasa bank. Contoh dari *delivery system* tersebut dibagi menjadi (2) bagian yaitu:
 - a) Self Service Terminal : ATM (Automated Teller Machine), *Call Center (Phone Banking)*, *Debit Card / POS Terminal*, *Phone banking*, *Cash Management*.
 - b) *Non - Self Service Terminal : Branch Teller System*.
- 3) *Management Support Sistem* adalah sistem yang dapat menyediakan informasi/data/laporan perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan pada setiap tingkatan manajemen. Sementara itu *Management Support System* di PT. Bank Syariah Mandiri baru pada tahap *information provider (Management Information System)* belum dapat menyediakan solusi secara langsung bagi manajemen. Demikian pula, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk belum menyediakan *Executive Information System* yaitu sistem informasi yang disajikan sedemikian rupa (biasanya menggunakan multimedia) bagi para *top executive*.

Saat ini PT. Bank Syariah Mandiri sedang melakukan pengembangan *Management Support System* secara outsourcing dengan beberapa *provider (vendor)* untuk menyediakan solusi secara langsung bagi jajaran manajemen. Contoh dari *Management Information System* yang diterapkan adalah sbb :

- a) *Financial Information System*.
- b) *Asset & Liabilities Management Information System*.
- c) *Human Resources Information System*.
- d) *Fixed Asset Information System*.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Teknologi Informasi

a. Kartu ATM

Pengertian ATM sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yang artinya Anjungan Tunai Mandiri. Kartu ATM digunakan untuk transaksi pengambilan uang tunai pada *automatic teller machine* (ATM) yang terutama terdapat di tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Misalnya, pusat perbelanjaan, pasar, sekolah, dan perkantoran, saat ini hampir semua bank telah menerbitkan kartu ATM dan telah menjadi bagian dari pelayanan bagi nasabah yang membuka rekening tabungan. Nasabah yang membuka rekening tabungan umumnya diberikan pilihan untuk memiliki buku tabungan saja atau mendapatkan pelayanan ATM bank tersebut melalui kartu ATM.

Perkembangan kartu ATM sangat pesat dan memiliki manfaat dan kemudahan yang sangat luas. Manfaat tersebut diantaranya:

1. Pengambilan uang tunai di ATM
2. Transfer atau pengiriman uang antar rekening pada bank yang sama atau bank lain yang memiliki jaringan sama.
3. Pembayaran kartu kredit, listrik (PLN), telepon, dan *handphone*, air (PDAM), pajak bumi dan bangunan (PBB).
4. Pembelian pulsa *handphone* prabayar.
5. Fasilitas *phone banking*
6. Fasilitas kartu debit untuk transaksi pembelian barang.

Beberapa bank telah memberikan fasilitas debit atau kartu debit pada kartu ATM yang dimiliki nasabah. Fasilitas ini digunakan untuk transaksi pembelian barang dan jasa pada tempat-tempat tertentu yang mempunyai kerja sama dengan bank tersebut. Mekanisme yang dilakukan pada saat pembelian barang/jasa adalah dengan cara mendebit rekening nasabah atau mengurangi saldo rekening tabungan nasabah pada saat yang sama menambah saldo rekening tabungan penjual. Penjual yang melakukan kerjasama dengan pihak bank dikenal dengan *merchant*. *Merchant* mempunyai alat yang digunakan untuk memeriksa keabsahan kartu tersebut baik kepemilikan maupun jumlah simpanan.

Kartu ATM dan kartu debit adalah milik nasabah secara pribadi, sehingga kerahasiaan dan keamanan kartu tersebut sangat terjamin. Setiap pemilik kartu ini

akan diberikan nomor PIN (*personal identification number*), yaitu nomor rahasia untuk melakukan transaksi keuangan. Tidak ada yang dapat mengetahui nomor termasuk pihak bank. Nomor PIN ini dapat diubah sesuai dengan keinginan nasabah, dan selalu digunakan pada setiap transaksi keuangan di ATM maupun melakukan transaksi pembelian barang melalui fasilitas debit.⁵ Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu debit adalah mesin *Automated Teller Machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Lokasi ATM tersebar di tempat-tempat strategis.

b. Mobile banking

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal, *mobile banking* merupakan layanan relative baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap nasabah bank dan kenyamanan dan fitur yang menghemat waktu, nasabah menghargai layanan tersebut.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif bagi nasabah. Promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi. *Mobile banking* atau bisa disebut M-banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi.

M-banking tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan *mobile banking*. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel. Dengan fasilitas ini, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Bank pun ramai-ramai menyediakan fasilitas internet banking dan *mobile*

⁵Ir. Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media, 2009), hal.232

banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. Dengan adanya berbagai kemudahan layanan perbankan diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking* (*m-banking*) terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran layanan *m-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Dengan satu sentuhan, *m-banking* menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu genggam. Kebermanfaatan dari layanan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Lebih jauh, *mobile banking* menciptakan “nilai” bagi transaksi nasabah bank sebagai *channel* penyampaian jasa nirkabel (*wireless*).⁶

c. *E-Banking* atau *Online Banking*

Salah satu karakteristik sistem teknologi informasi keuangan bank yang penting adalah integrasi sistem, yaitu seluruh fungsi perusahaan menggunakan satu sistem aplikasi atau kemampuannya untuk mengirimkan keluaran (*output*) ke sistem lain secara otomatis.

Sistem *on-line* atau sistem aplikasi perbankan terintegrasi ini merupakan tren TSI perbankan dewasa ini sehingga masing-masing bagian atau nasabah bisa secara *on-line* berhubungan dengan pihak bank di seluruh kantor cabang. Sistem *on line* ini memerlukan sistem jaringan komputer yang menghubungkan seluruh kantor cabang dan pembuatan sub-sub sistem aplikasi yang terintegrasi dengan memperhitungkan keterkaitan fungsional antar-bagian di bank tersebut dan keterkaitannya dengan sistem eksternal, baik nasabah, lembaga keuangan lain maupun sistem-sistem teknologi informasi eksternal lainnya.⁷

5. Dimensi Teknologi Informasi

Dimensi tentang teknologi informasi yaitu:

- a. Kemudahan merupakan dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Transaksi keuangan dapat dilakukan hanya dengan hitungan menit.

⁶Yakub, *Pengantar sistem Informasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 34

⁷<http://prass88-sips.blogspot.com/> Integrasi Online Banking pada Bank Syariah Mandiri.

Tanggal akses 20.09.13

- b. Risiko merupakan tidak selalu sesuatu hal yang buruk. Kenyataan risiko bias mengandung didalamnya suatu peluang yang sangat besar bagi yang mengelolanya dengan baik.
- c. kepercayaan merupakan kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi dengan satu kepercayaan bahwa pengguna teknologi informasi tersebut dapat memberikan kontribusi positif bagi penggunanya.

6. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁸ Menurut Valarie A. Zeithmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.⁹ Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.¹⁰

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, baik dalam memberikan penjelasan produk maupun *complain* nasabah.

7. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Banyak bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping

⁸Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal.11

⁹Rambat Supriyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.6

¹⁰Arief Muhtosim, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal.11

itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.¹¹

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (*Customer Service Officer*) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, *Customer Service Officer* harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.

Kedua adalah faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang satu sama lainnya.

Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap kualitas layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai berikut:

a. Sarana Fisik.

Sarana fisik terdiri dari dua unsur yaitu tersedianya karyawan yang baik dan tersedianya sarana dan prasarana yang baik. *Customer Service Officer* yang baik harus ramah, sopan, menarik, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar, karena kenyamanan nasabah sangat tergantung dari *Customer Service Officer* yang melayaninya. Salah satu hal yang paling penting yang harus diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Dalam konteks Perbankan Syariah yang merupakan unsur sarana fisik yaitu karyawan yang baik harus sesuai dengan SOP (Sistem Operasional Perbankan) dalam memberikan pelayanan harus rapi dan

¹¹ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia, 1999) hal. 156

sopan dalam berpenampilan dan sesuai dengan *SALAM*. Sedangkan sarana dan prasarana yang baik adalah disediakannya sistem yang baik dan *up to date* sehingga mempermudah transaksi nasabah, misalnya : internet banking, *mobile banking*, CMS (*Cash Management System Mandiri Syariah*).

b. Tanggung Jawab.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, *Customer Service Officer* harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari *Customer Service Officer* tersebut. Dalam konteks Perbankan Syariah Seorang *Customer Service* harus mampu memberikan keterangan kepada nasabah baik produk maupun sistem yang ada dalam perbankan tersebut, dan harus mampu membantu nasabah dalam melakukan pembukaan rekening maupun masalah yang dihadapi nasabah yang berhubungan dengan sistem yang ada di perbankan tersebut.

c. Responsif. Seorang *Customer Service Officer* harus mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah, *Customer Service Officer* harus melakukannya sesuai prosedur layanan yang ditetapkan bank. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu, namun karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan berbicara hal-hal diluar konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani nasabah. Sedangkan melayani secara tepat artinya jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan. Dalam konteks Perbankan Syariah Seorang *Customer Service* harus selalu responsif terhadap kendala yang dihadapi nasabah dan harus mampu membantu menyelesaikan kendala nasabah tersebut.

d. Komunikatif. Mampu berkomunikasi artinya *Customer Service Officer* harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, *Customer Service Officer* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Dalam konteks Perbankan Syariah Seorang CS harus bisa memberikan atau menawarkan produk yang sesuai dengan

keinginan nasabah, sesuai dengan varian produk yang ada di perbankan tersebut. sehingga nasabah merasakan puas.

- e. Keamanan. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya *Customer Service Officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Dalam perusahaan perbankan kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank. Dalam konteks Perbankan Syari'ah Seorang CS harus bisa menjaga kerahasiaan data nasabah sehingga nasabah merasa aman serta nyaman jika memberikan informasi pribadi kepada CS tersebut, dan semakin loyal terhadap perbankan tersebut.
- f. Kecakapan. Untuk menjadi *Customer Service Officer* yang khusus melayani nasabah, customer service harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan nasabah. CS harus dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah maupun kemampuan dalam bekerja. Dalam konteks Perbankan Syari'ah Seorang CS harus mengetahui segala sesuatu tentang produk dan sistem yang sedang berjalan di perbankan tersebut sehingga seorang CS selalu bisa memberikan informasi dan membantu kendala nasabah.
- g. Pemahaman. Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat. Dalam konteks Perbankan Syari'ah Pemahaman hampir sama keterangannya dengan komunikatif seorang CS harus paham betul mengenai produk yang terdapat dalam perbankan tersebut sehingga dapat memberikan atau menawarkan produk sesuai dengan keinginan nasabah.
- h. Kredibilitas. Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Kepercayaan merupakan ujung tombak bank untuk menjalankan

aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka akan menimbulkan kepercayaan kepada nasabah tersebut. Dalam konteks Perbankan Syariah seorang CS harus memberikan rasa yang aman dan nyaman dalam melayani, agar nasabah selalu merasa puas dalam pelayanannya.

- i. Keramahan. Keramahan adalah sikap positif dan perilaku terhormat yang harus ditunjukkan kepada setiap nasabah. Karyawan bank harus menjalin keramahan dan keakraban kepada nasabah, agar nasabah merasa senang dan nyaman ketika berhadapan dengan karyawan bank. Dalam konteks Perbankan Syariah seorang CS harus selalu ramah dan selalu senyum dalam melayani nasabah, agar nasabah selalu merasakan kepuasannya dalam melayani.
- j. Hubungan. Masing-masing bagian dalam bank harus memiliki kemudahan akses dalam berkomunikasi dengan nasabahnya. Sehingga apabila nasabah ingin berkomunikasi langsung dengan bagian tertentu nasabah dapat berbicara langsung dengan karyawan bank yang bersangkutan. Seorang CS harus bisa menjaga hubungan baik dengan nasabahnya, agar nasabah tersebut bisa bertahan lama untuk menjadi nasabahnya.

8. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, yaitu :

- a. Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu berupa Jasa.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam Perbankan Syariah itu berupa Produk.
- c. Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana

diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.

- d. Daya tahan (*Pherishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.¹²

9. Dimensi Pelayanan

Menurut Pasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu :

- a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.
- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan..
- c. Ketanggapan (*responsiviness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan social petugas pelayanan.

¹²E.Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal.27

- e. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan. Dalam konteks perbankan syariah, dapat disimpulkan bahwa dimensi mutu pelayanan terdiri dari lima karakteristik yang saling berhubungan. Dalam penelitian ini, Bank Syariah Mandiri juga menggunakan ke lima karakteristik tersebut sebagai standart untuk mengukur tingkat pelayanan yang berkualitas.

10. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*¹³

¹³Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Depag RI, 1987), Q.S. Al-Baqarah: 267.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan diperlukan adab dan etika yang membingkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sia-sia.

Sebagaimana firman Allah dalam surat Adz-Dzariyyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: *Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.*¹⁴

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia, tidak lain agar kita beribadah kepadaNya dan tidak menyekutukanNya dengan sesuatu pun. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semua aktivitas hidup manusia merupakan aktivitas penghambaan kepada Allah. Begitu juga dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan harus dalam rangka kepatuhan terhadap segala ketentuan Allah SWT.

Diantara adab dan etika dalam bekerja dalam Islam adalah :

- a. *Ihsan*, yakni perbuatan seseorang untuk melakukan perbuatan yang ma'ruf dan menahan diri dari dosa. Dia mendermakan kebaikan kepada hamba Allah yang lainnya baik melalui hartanya, kehormatannya, ilmunya maupun raganya. Salah satu bentuk *ihsan* yang paling utama adalah berbuat baik kepada orang yang berbuat jelek kepada kita, baik dengan ucapan atau perbuatannya.
- b. *Itqan*, secara bahasa berarti mengerjakan sesuatu dengan sempurna. Namun dalam beberapa hal, *itqan* juga sering diartikan melampaui target. Dalam marketing, *itqan* bisa diartikan dengan penjualan produk minimal

¹⁴Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Depag RI, 1987), Q.S. . Adz - Dzariyyat: 56.

mencapai targetnya atau bahkan melampaui targetnya. Itqan dalam bekerja adalah bagaimana pekerjaan yang dilakukan seseorang tuntas, selesai, rapi dan tidak menimbulkan permasalahan lainnya.

- c. *Taysir*, dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezeki orang tersebut.
- d. *Samahah*, kata samhan sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang. Sehingga seorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.
- e. *Ash-Shidiq* (kejujuran), kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.

11. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian Konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. faktor yang lebih dominan memotivasi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah adalah faktor kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan.

Selain itu, menarik juga untuk diperhatikan, bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk

berhenti jadi nasabah, antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik, dan atau keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah (Bappenas).

Peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan ragam produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta pemahaman prinsip-prinsip syariah dalam transaksi perbankan, mutlak harus dilakukan dalam memberikan layanan, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga para masyarakat pun akan merasa puas dengan layanan tersebut.

Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu tahapan yang perlu di implementasikan oleh perbankan syaria'ah sebagaimana berdasarkan cetak biru pengembangan bank syariah Indonesia yang dicanangkan sejak tahun 2002, diimplementasikan, diarahkan untuk meletakkan landasan pengembangan yang kuat bagi pertumbuhan perbankan syariah. Implementasi inisiatif strategi pada ini difokuskan pada pembentukan kerangka dasar system pengaturan yang sesuai yang sehat. Diarahkan untuk memperkuat struktur industri perbankan syariah.

12. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka seseorang akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, seseorang akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan seseorang akan sangat puas. Tentang kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. bahwa pelanggan yang merasa terpuaskan akan memberikan tambahan nilai positif, yaitu kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia bukan hanya akan terus menggunakan pelayanan tesebut, tetapi juga akan menyakinkan orang lain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau

hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁵ Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah garis harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang. Banyaknya perusahaan yang memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap sesuatu, bukan karena kesukaan / preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Dalam konteks perbankan, kepuasan yang di rasakan oleh nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cab. Aksara Medan terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh petugasnya, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya, dan bahkan nasabah tersebut akan menceritakan kepada orang lain untuk menabung ataupun melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri tersebut. Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas yaitu:

menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat. Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh konsumen adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), hal.36

merasakan puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas.¹⁶ Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang berkualitas bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Dalam teori perilaku konsumen, kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan.¹⁷

13. Dimensi Kepuasan

Menurut Tjiptono dimensi kepuasan terdiri dari:¹⁸

- a. Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang diharapkan.
- c. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

¹⁶ Herry Ahmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), hal. 115

¹⁷ F.Gerson Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (PPM: Jakarta, 2004), hal. 69

¹⁸ Ibid. hal. 101

14. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:¹⁹

- a. Sistem keluhan dan saran Setiap organisasi yang berorientasi pada para pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
- b. *Ghost shopping* adalah Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pendapat dan menangani setiap keluhan.
- c. Analisis pelanggan yang hilang adalah perusahaan menghubungi para pelanggan telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.
- d. Survei kepuasan pelanggan adalah Perusahaan-perusahaan yang bertanggung jawab mengukur secara langsung kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei yang teratur. Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survey kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

¹⁹ Philip Kotler, dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indonesia, 1996), hal. 46

- 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Indonesia pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”
- 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- 4) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Dalam konteks perbankan, metode pengukuran kepuasan nasabah yang dilakukan Bank Syariah Mandiri menggunakan cara teknik survei nasabah dengan cara memberikan pertanyaan melalui pemberian angket dan metode yang kedua yaitu teknik sistem keluhan dan saran, metode ini dilakukan dengan cara menyediakan kertas yang diletakkan di kotak kritik dan saran untuk mempermudah nasabah yang mengalami masalah-masalah yang timbul.

15. Faktor-faktor Pendukung Kepuasan Konsumen

Terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Kualitas produk adalah kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability* dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan adalah pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep *SerQual* meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan

mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

- c. Faktor emosional adalah kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.
- d. Kemudahan Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah merupakan suatu tujuan dalam dunia perbankan. Bank Syariah Mandiri melihat kepuasan nasabah itu dengan cara memberikan pelayanan dan produk disesuaikan dengan kebutuhan, serta memberikan kemudahan untuk memperoleh jasanya.²⁰

Beberapa study menghubungkan tingkat kepuasan konsumen dengan perilaku konsumen, dimana akan terdapat beberapa tipe dari konsumen:

- 1) Konsumen yang puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali. Ia akan memberitahukan dan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Tipe ini disebut dengan *Opostles*.
- 2) Tipe konsumen *Defectors*, yaitu konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, dan biasanya konsumen akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
- 3) Tipe konsumen *terrorist*, yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negatif kepada orang lain. Konsumen akan mengatakan kepada pihak lain keburukan produk tersebut dan tidak akan menganjurkan orang lain menggunakan produk tersebut.

²⁰ Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elek Media Komposindo, 2002), hal.2

- 4) Tipe konsumen *Hostages*, yaitu konsumen yang tidak puas akan sesuatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada orang lain, karena struktur pasar yang *monopolistic* atau harga yang murah. Meskipun konsumen tidak puas atas pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia tetap harus menggunakannya.
- 5) Tipe konsumen *Mercenaries*, yaitu konsumen yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut. Dimana dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain.²¹

Dalam konteks perbankan Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan setiap nasabah itu tidak sama, karena faktor emosional seseorang dan kepuasan pun juga berbeda. Bank Syariah Mandiri menciptakan tipe konsumen yang *apostles*, meningkatkan kepuasan konsumen *defectors* dan menjadikan mereka menjadi loyal, menghindari memiliki konsumen *terrorist* dan *hostages*, dan mengurangi konsumen *mercenaries*.

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya kepuasan nasabah ini akan menciptakan loyalitas nasabah. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan. Namun nasabah pun seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penyebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah, yaitu:

- a. Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapat oleh konsumen.
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- c. Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan pelanggan.

²¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 195

- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang, misalkan *lay out* gedung yang tidak tertata rapi.
- e. Biaya terlalu tinggi di atas bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu membebaskan nasabah. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan.

Berdasarkan keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa penyebab timbulnya ketidakpuasan nasabah pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam konteks perbankan, Bank Syariah Mandiri berupaya untuk meningkatkan kinerja para pegawai agar sesuai dengan apa yang diharapkan nasabahnya serta memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

16. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

- a. Sifat Jujur adalah Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW: *"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."* (HR. Ahmad dan Thobrani)
- b. Sifat Amanah adalah Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada

pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

- c. Benar adalah Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutafaqun'alaihi dari hakim bin Hazm disebutkan bahwa: *"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu."* (HR. Hakim bin Hazm).

B. Kajian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
Melina Pujiani	Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> di Sulawesi selatan.	Variabel independen: faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Sedangkan variable dependen layanan <i>mobile banking</i> .	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa masyarakat Sulawesi kurang berminat untuk layanan <i>mobile banking</i> dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap layanan <i>mobile banking</i> tersebut. dengan adanya penelitian ini maka membantu masyarakat Sulawesi untuk mengetahui kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan <i>mobile banking</i> . Analisis ini berpengaruh positif

			terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .
Yuliana Angraeni	Pengaruh Layanan Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kota Semarang	Variabel independen: layanan berbasis teknologi informasi. variabel dependen: kepuasan nasabah bank	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Kemudahan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
Aditya Wardhana	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Di Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Cabang Pubalingga.	Variabel independen: kualitas pelayanan sedangkan variabel dependen: kepuasan nasabah britama di bank rakyat Indonesia (PERSERO) TBK cab. Pubalingga.	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Diantara variabel-variabel X hanya terdapat satu variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Maka nasabah Britama belum puas terhadap pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Dikarnakan

			variabel yang paling berpengaruh hanya terdapat satu variable
--	--	--	---

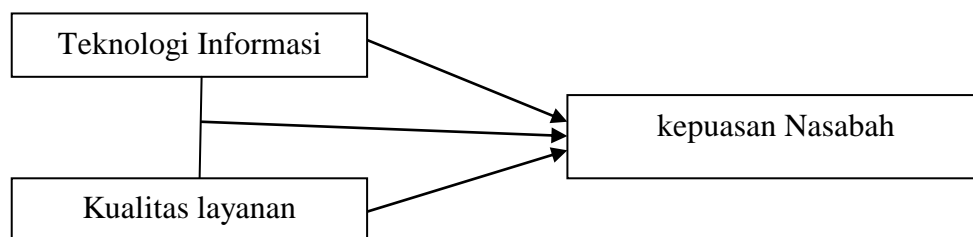
Penelitian saya yaitu Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah dengan cara kemudahan dalam bertransaksi di bank.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dengan layanan yang diberikan bank tersebut.

Adapun perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian terdahulu yaitu, saya meneliti pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pelayanan teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah tidak meneliti kualitas pelayanan.

C. Kerangka teoritis

Secara ringkas kerangka teoritis dari penelitian ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



Uraian dari gambar di atas adalah:

1. Teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

D. Hipotesa Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan. Berdasarkan latar belakang masalah, landasan teori dan penelitian sebelumnya maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: terdapat pengaruh positif teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah.

H2: terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

H3: terdapat pengaruh positif teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri cab. Medan Aksara Jl. Letda Sujono No. 110. Pelaksanaan penelitian dimulai dari 02 s/d 04 Agustus 2017.

C. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder antara lain adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui wawancara langsung. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri Cab. Aksara Medan.²²

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari informan penelitian. Penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui studi dokumentasi, buku-buku, arsip dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data tersebut diperoleh dari dokumen-dokumen di kantor Bank Syariah Mandiri Cab. Aksara Medan berupa jumlah karyawan, jumlah nasabah struktur organisasi serta data-data dari hasil penelitian sebelumnya.

²²Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.

D. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono, pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²³ Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi, pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang-orang namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *e channel* di Bank Syariah Mandiri cabang Medan Aksara yang berjumlah 1167 nasabah. Dimana setiap unit sampel (responden) dalam penelitian ini dipastikan hanya mempunyai satu kali kesempatan untuk mengisi kuesioner. Hal ini untuk menghindari terjadinya kesalahan akibat pengulangan dalam pengambilan data.

$$\text{Rumus : slovin } n = \frac{N}{1+Na^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

α = toleransi ketidak telitian (10%)

$$\text{Sehingga: } n = \frac{1167}{1+1167(0,1)^2} = \frac{1167}{1+11,67} = \frac{1167}{12,67} = 92,10734 = 92$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 orang responden ini adalah semua pengguna *e channel*. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *Probability Sampling*. *Probability sampling* menunjukkan bahwa semua elemen dalam populasi memiliki kesempatan (*probability*) yang sama untuk dipilih sebagai sampel.²⁴ Teknik *probability sampling* yang dipilih yaitu *Proportoinate stratified Random sampling*. *Proportoinate stratified Random Sampling* adalah teknik yang digunakan pada populasi dengan anggota/ unsur yang tidak homogen dan berstrata

²³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung, Alfabeta, 2013), hal. 90

²⁴Hasan Suryono, *Metode Analisis statistik*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), hal. 93

secara proporsional. Strata atau tingkat yang digunakan adalah latar belakang pendidikan, hal ini disebabkan untuk mempermudah memperoleh data kuesioner. Karena apabila menggunakan strata berdasarkan bidang pekerjaan masing-masing nasabah akan butuh waktu lama.²⁵

E. Teknik dan Intrument Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Salah menentukan teknik pengumpulan data akan mempengaruhi data yang akan diperoleh. pengumpulan data adalah mengamati variabel dengan metode interview, observasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket, observasi dan wawancara. Yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis yang dilengkapi dengan alternatif jawaban untuk mengukur pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di bank syariah mandiri. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data, hal-hal yang penulis lakukan yaitu :

a. Angket

Dengan mengajukan pernyataan secara tertulis yang dilengkapi dengan alternatif jawaban untuk mengukur variabel X tentang pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap nasabah.

b. Observasi

Yaitu melakukan peninjauan, pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, terutama dalam hal ini adalah pengamatan secara langsung terhadap penerapan teknologi informasi dan kualitas layanan yang dilakukan nasabah di bank syariah mandiri cab. Aksara Medan.

c. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan karyawan bank guna untuk mendapatkan informasi secara lisan tentang upaya meningkatkan

²⁵Nanang Maetono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis isi dan analisis data sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), hal. 79

pengetahuan operasi untuk kepuasan nasabah pada teknologi informasi dan kualitas layanan yang digunakan di Bank Syariah Mandiri KC, Medan Aksara .

2. Instrument Pengumpulan Data

Adapun data dikumpulkan menggunakan angket dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. *Skala Likert* merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai pada sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pertanyaan yang diberikan dalam bentuk kuesioner. Penelitian *Skala Likert* 5 titik (versi asli dari Dr.Rensist Likert), yang terdiri dari:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju²⁶

Tabel 3.1 Instrumen skala likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terhadap sampel. Langkah-langkah dalam menyusun skala *Likert's* adalah:

1. Menetapkan variabel yang akan diteliti.
2. Menentukan indikator-indikator dari variabel yang diteliti.
3. Menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (kuesioner).

²⁶ Suryani Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta, Kencana: 2013), hal. 131

F. Definisi Operasional

1. *Variabel Dependent*, adalah variabel terikat yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *variabel dependent* adalah kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC. Medan Aksara (Y).

Kepuasan nasabah merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan dapat dilihat dari kesesuaian harapan, minat untuk bertransaksi, serta kesediaan untuk merekomendasikan.

Tabel 3.2 Indikator Kepuasan Nasabah

No	Indikator	No Item
1.	Kesesuaian Harapan	1, 2
2.	Minat Untuk Bertransaksi	3, 4
3.	Kesedian Untuk Merekomendasi	5, 6

2. *Variabel Independent*, adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *variabel independent* adalah teknologi informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2).

Teknologi Informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi. Dengan menggabungkan antara teknologi komputer dengan teknologi komunikasi maka terciptanya *internet banking* yang dibutuhkan nasabah. untuk melihat kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking* dapat dilihat dari kemudahan, risiko, dan kepercayaan.

Table 3.3 Indikator Teknologi Informasi

No	Indikator	No Item
1.	Kemudahan	1, 2
2.	Risiko	3, 4
3.	Kepercayaan	5,6

Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas pelayanan yang diterima nasabah. kualitas layanan dapat dilihat dari berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian serta empati yang diberikan karyawan.

Tabel 3.4 Indikator Kualitas Layanan

No	Indikator	No item
1.	Berwujud	1, 2
2.	Keandalan	3, 4
3.	Ketanggapan	5, 6
4.	Jaminan dan Kepastian	7, 8
5.	Empati	9, 10

G. Analisis Data

analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0.05 jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien

Alpha Cronbach. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS.

Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s.d 0,80	Reliabel
0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

Berdasarkan tabel diatas kriteria penelitian uji reliabilitas adalah: Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda atau data yang bersifat *ordinary least square* yang merupakan salah satu metode dalam analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variable tak bebas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng kekiri atau melenceng kekanan. Pada pendekatan grafik data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data disepanjang garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat VIF dan tolerance.

- 1) Jika nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dapat dikatakan tidak ada masalah Multikolinieritas.
- 2) Jika nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dapat dikatakan ada masalah Multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- 1) Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyemping) maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas (independen variabel) menjelaskan variabel terikat (dependen variabel). Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

b. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variable dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{statistic} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{statistik} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara simultan yang mampu menjelaskan variabel terikatnya. Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $F_{statistic} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $F_{statistic} > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat.

d. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi Linear berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu variabel atau lebih variabel independen (variabel bebas).

Persamaan regresi berganda:

$$KN = a + b_1 TI + b_2 KL + \epsilon$$

Keterangan:

KN : kepuasan nasabah

a : konstanta

b_1, b_2 : koefisien regresi

TI : teknologi informasi

KL : kualitas layanan

ϵ : tingkat kesalahan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Perusahaan

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1999, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. krisis politik nasional tersebut telah mengakibatkan perbankan di Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Untuk keluar dari krisis ekonomi, pemerintah melakukan restrukturisasi dan rekapitulasi perbankan Indonesia. Pemerintah melakukan inisiatif untuk melakukan penggabungan (*merger*) empat bank pemerintah, yaitu Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Import Indonesia (BEI) dan Bapindo menjadi satu bank yang kokoh dengan nama PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) sebagai pemilik mayoritas PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi.

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru membuat kebijakan untuk mendukung sepenuhnya dan melanjutkan kebijakan lama dari PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang bermaksud mengubah kegiatan bank dari konvensional menjadi syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dilakukan dengan mengubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri berdasar Akta Notaris: Ny. Machrani Moertolo Soenarto, SH. No. 29 tertanggal 19 Mei 1999 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusannya tanggal 1 Juli 1999 No. C2-12120.HT.01.04.TH.99.

Maksud, tujuan, dan nama bank serta seluruh anggaran dasar dari PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri kemudian diubah kembali berdasarkan Akta Notaris:

Sutjipto, SH., No. 23 tertanggal 8 September 1999. Nama barunya yaitu Bank Syariah Mandiri yang kemudian disingkat BSM. Perubahan-perubahan tersebut telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor 16495.HT.01.04.TH.99 tanggal 16 September 1999.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia (BI) melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti (BSB). Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Dalam keputusan Bank Indonesia (BI) tersebut, Bank Syariah Mandiri (BSM) bisa beroperasi secara syariah terhitung mulai hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti (BSB) dan Manajemen PT. Bank Mandiri (persero) yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Pada tahun 2003, PT. Bank Syariah Mandiri memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik dari majalah info.

Banyak masyarakat yang berminat serta menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Mandiri (BSM), hal ini dapat dilihat dari banyaknya didirikan kantor-kantor Bank Syariah Mandiri (BSM) baik itu kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas untuk memenuhi permintaan masyarakat Indonesia dalam penggunaan jasa Bank Syariah mandiri. Salah satunya didirikan Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara yang berlokasi di Jl. Letda Sujono No. 110 Medan.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi Bank Syariah terdepan dan Modern (*The Leading and Modern Sharia Bank*). Adapun makna dari visi tersebut yaitu:

- 1) Untuk nasabah, Bank Syariah Mandiri merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan. Sehingga Bank Syariah Mandiri akan berupaya menjadi bank terpercaya serta memberikan produk dan layanan terbaik berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 2) Untuk pegawai, Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
- 3) Untuk investor, Bank Syariah Mandiri merupakan institusi keuangan syariah Indonesia terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata Industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Syariah Mandiri adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas. PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara dalam kegiatan sehari-harinya dalam hal penghimpunan dana ataupun penyaluran dana masyarakat menerapkan prinsip syariah yaitu bagi hasil, margin keuntungan dan jual beli.

Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara merupakan bank yang berlandaskan kepada prinsip syariah Islam, sehingga tata cara operasionalnya

mengacu pada Al-Qur'an dan hadits. Bank Syariah Mandiri banyak menawarkan produk dana dan jasa kepada nasabah dengan menggunakan prinsip syariah.

a. Produk Penghimpunan Dana

- 1) **Tabungan BSM** merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dilakukan setiap saat selama jam buka kas di kantor Bank Syariah Mandiri atau melalui ATM. Akad yang digunakan adalah *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil yang kompetitif.
- 2) **Tabungan Mabror BSM** merupakan jenis tabungan dengan mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*, untuk membantu masyarakat muslim dalam merencanakan ibadah haji dan umrah. Dana yang diinvestasikan nasabah tidak dapat ditarik kecuali melunasi BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) atau dalam kondisi darurat yang harus dibuktikan oleh nasabah calon haji yang bersangkutan.
- 3) **Tabungan Investa Cendekia BSM** merupakan tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi tanpa pemeriksaan kesehatan dengan bagi hasil yang kompetitif. Akad yang digunakan yaitu *mudharabah muthlaqah*.
- 4) **Tabungan Berencana BSM** merupakan tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan berdasarkan akad *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil yang kompetitif.
- 5) **Tabungan Simpatik BSM** merupakan tabungan berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang telah disepakati.
- 6) **TabunganKu** merupakan tabungan perorangan dengan syarat mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia untuk menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan adalah *wadiah yad dhamanah*.
- 7) **BSM Deposito** merupakan investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

- 8) **BSM Giro** merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Bank Syariah Mandiri juga menyediakan produk BSM giro *US Dollar*, *Sin Dollar*, dan *Euro*.
- 9) **Tabungan Pensiun BSM** merupakan tabungan Pensiun BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT. Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia. Dikelola dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* dan bagi hasil bersaing dan biaya administrasi ringan.

b. Produk Jasa

- 1) **BSM Card** merupakan fasilitas jasa berupa kartu yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC atau *Electronic Data Capture*). Dengan menggunakan BSM card maka nasabah mendapatkan kemudahan untuk tarik tunai diseluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama, dan ATM Prima. Nasabah juga dapat berbelanja di *merchant* yang menyediakan mesin EDC Prima BCA dan EDC Mandiri
- 2) **BSM Mobile Banking GPRS** merupakan layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone* berbasis GPRS dan dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM card dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
- 3) **BSM Net Banking** merupakan layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet dengan fasilitas informasi data rekening nasabah (tabungan, *deposito*, *giro*, pembayaran) dalam layar terpadu, cetak data mutasi transaksi, transfer *real time* hampir ke seluruh bank, serta pembayaran tagihan.
- 4) **Sentra Bayar BSM** merupakan layanan pembayaran beragam tagihan seperti telepon, ponsel maupun listrik. Pembayaran dapat dilakukan dengan tunai, beban rekening, melalui ATM BSM dan melalui SMS Banking Syariah Mandiri. Layanan pembayaran dalam sistem semi *online* (SOPP) dan sistem *real time online*.

- 5) **PPBA (Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM)** merupakan layanan pembayaran tagihan institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui pemindahbukuan di ATM yang diperuntukkan bagi individu, perorangan, dan perusahaan atau badan hukum.
- 6) **Kliring BSM** merupakan pembagian *warkat* bank lain dimana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah *kliring*.
- 7) **BSM *Electronic Payroll*** merupakan layanan administrasi pembayaran gaji karyawan suatu institusi yang berfungsi untuk mempercepat proses pembayaran gaji karyawan suatu institusi, mengurangi tingkat kesalahan manusia dalam penginputan data gaji dan mudah digunakan.
- 8) **BSM Safe Deposit Box** merupakan layanan penyimpanan benda berharga, dokumen, dan lain-lain yang ditempatkan di dalam suatu ruangan dan dilengkapi sistem pengamanan yang ketat dan tidak mudah ditembus.

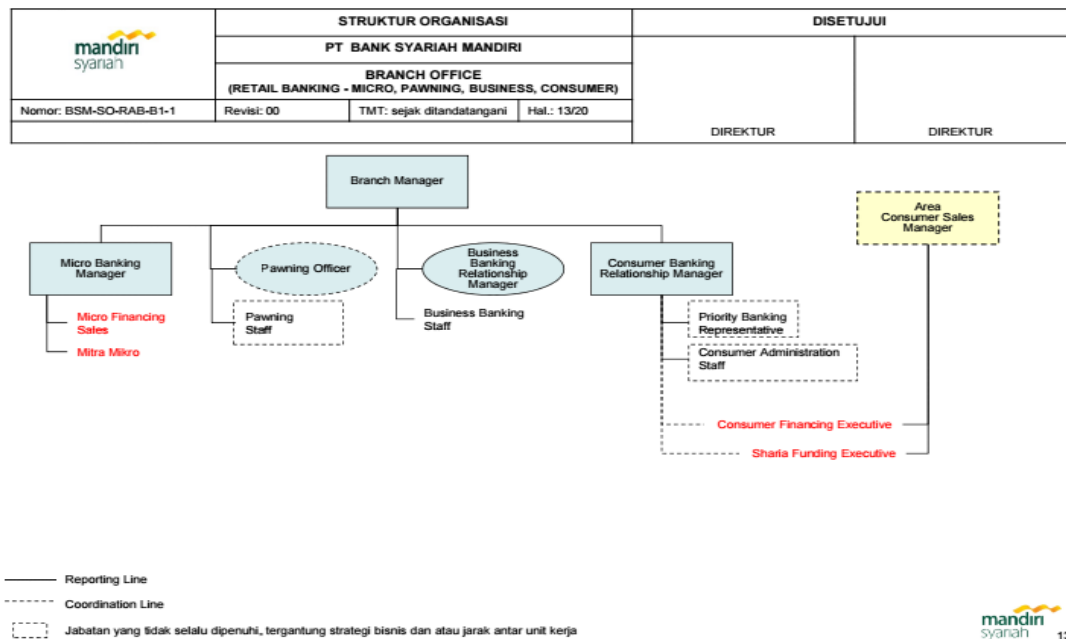
c. Produk Penyaluran Dana

- 1) **BSM Oto** merupakan pembiayaan yang diberikan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem *murabahah* dan bebas menentukan jenis kendaraan bermotor baru atau bekas.
- 2) **MMOB (*Mudharabah Muqayaadah On Balance Sheet*)** yaitu fasilitas pembiayaan dengan alokasi sumber dana yang terikat dari pemilik dana yang memiliki target investasi sesuai dengan keinginan.
- 3) **Griya BSM** merupakan fasilitas pembiayaan pemilikan rumah tinggal baik rumah baru atau *second* dengan jangka waktu pembiayaan yang panjang. Angsurannya ringan dan tetap hingga jatuh tempo pembiayaan dengan proses yang mudah dan cepat.
- 4) **BSM Implan** merupakan pembiayaan *consumer* dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara kelompok. Pemberian fasilitas pembiayaan *consumer* dengan pola *channeling* kepada sejumlah karyawan (kolektif) dengan rekomendasi Perusahaan.

- 5) **Pembiayaan dengan skema IMBT** merupakan pembiayaan dengan skema sewa atas suatu objek, sewa antara bank dengan nasabah akan berakhir dengan kepemilikan benda kepada nasabah.
- 6) **Pembiayaan Mudharabah BSM** merupakan pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.
- 7) **Dana Berputar** merupakan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dan bukan untuk Permanen *Working Capital* dengan jangka waktu pembiayaan satu tahun dan dapat di perpanjang. Bersifat *Self Liquidating* seiring dengan menurunnya aktivitas bisnis pada periode terkait. Adapun manfaatnya yaitu nasabah dapat memanfaatkan pembiayaan bank secara optimal sesuai dengan kebutuhan *riil* dengan cara melakukan penarikan sesuai dengan kebutuhan.
- 8) **Pembiayaan Pensiunan** merupakan pembiayaan yang diperuntukkan bagi pensiunan untuk memulai usaha yang produktif ataupun meningkatkan kualitas hidup para PNS dengan sistem pembayaran angsuran melalui potong langsung atas uang pensiun yang diterima setiap bulan berdasarkan prinsip syariah dengan akad *murabaha/ijarah*.
- 9) **BSM Customer Network Financing** merupakan pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerjasama dengan BSM. Adapun manfaatnya yaitu mendapatkan dukungan *financial* untuk usaha nasabah dan meningkatkan profesionalisme nasabah.
- 10) **Gadai Emas BSM** merupakan gadai emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Adapun manfaatnya proses cepat dan mudah serta jaminan keamanan.
- 11) **BSM Cicil Emas** merupakan pembiayaan yang diberikan untuk membantu nasabah dalam membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram.
- 12) **Eduka BSM** merupakan pembiayaan kepada calon pelajar dalam mendapatkan dana pendidikan yang dibutuhkan dengan Menggunakan

prinsip syariah dengan akad *ijarah*. Manfaatnya yaitu angsuran ringan dan tetap sampai dengan tiga tahun, proses cepat dan mudah, serta biaya administrasi ringan dan tanpa agunan.²⁷

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara



B. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel Y, 6 pernyataan untuk variabel X_1 dan 10 pernyataan untuk variabel X_2 , dimana yang menjadi variabel Y adalah kepuasan nasabah, variabel X_1 adalah teknologi informasi dan variabel X_2 adalah kualitas layanan. Angket yang disebarkan ini di berikan kepada 92 orang nasabah sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *likert summated rating (LSR)*.

1. Identitas Responden

a. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

²⁷ Hasil wawancara dengan Abangnda Habibullah Mujahid selaku marketing Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

Tabel 4.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	50	54%
2.	Perempuan	42	46%
	Jumlah	92	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 50 orang atau sebesar 54% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 42 orang atau sama dengan 46%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah laki-laki.

b. Identitas Responden Menurut Usia

Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Usia

No	Usia	Responden	Persentase (%)
1.	18-27 Tahun	77	84%
2.	28-35 Tahun	10	11%
3.	36-50 Tahun	5	5%
	Jumlah	92	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia dari responden terbesar adalah yang berusia 18-27 tahun, yaitu sebanyak 77 orang, atau sama dengan 84%. Sedangkan yang terkecil adalah yang berusia 36-50 tahun, yaitu 5 orang atau sama dengan 5% dari total responden.

c. Identitas Responden Menurut Masa Kerja

No.	Masa Kerja	Responden	Persentase (%)
1.	0-1 Tahun	46	50%
2.	2-4 Tahun	24	26%
3.	>4 Tahun	22	24%

	Jumlah	92	100%
--	---------------	-----------	-------------

Tabel 4.3 Identitas Responden Menurut Masa Kerja

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki masa kerja yang mendominasi dalam penelitian ini adalah 0-1 tahun sebanyak 46 responden (50%).

d. Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4 Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase (%)
1.	SMA	65	71%
2.	D3	0	0
3.	S1	27	29%
4.	S2	0	0
	Jumlah	92	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat di lihat bahwa jumlah responden yang memiliki pendidikan SMA yang mendominasi dalam penelitian ini sebanyak 65 orang (71%).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu, berikut ini penulis sajikan pada tabel 4.5 dan 4.6 untuk hasil skor jawaban responden dari variabel X_1 dan X_2 dan tabel 4.7 untuk hasil skor jawaban responden dari variabel Y , sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.5 Skor Angket Untuk Variabel Teknologi Informasi (X_1)

No .	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	26	28.26	62	67.39	3	3.26	1	1.09	0	0	92	100
2	21	22.82	69	75	1	1.09	1	1.09	0	0	92	100
3	13	14.13	57	61.95	20	21.73	2	2.17	0	0	92	100

4	11	11.95	61	66.30	18	19.56	2	2.17	0	0	92	100
5	24	26.08	60	65.21	8	8.69	0	0	0	0	92	100
6	26	28.26	61	66.30	5	5.43	0	0	0	0	92	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1) Butir pernyataan 1 mengenai adanya kemudahan untuk menggunakan *internet banking* serta dapat digunakan kapan saja tanpa batas, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (28,26%), setuju sebanyak 62 orang (67,39%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,26%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Butir pernyataan 2 mengenai kemudahan untuk menggunakan *internet banking* untuk bertransaksi, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang (22,82%), setuju sebanyak 69 orang (75%), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,09%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Butir pernyataan 3 mengenai risiko yang dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi *internet banking*, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,13%), setuju sebanyak 57 orang (61,30%), kurang setuju sebanyak 20 orang (21,73%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,17%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Butir pernyataan 4 mengenai risiko dalam gangguan jaringan *internet banking* sangat rendah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang (11,95%), setuju sebanyak 61 orang (66,30%), kurang setuju sebanyak 18 orang (19,56%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,17%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 5) Butir pernyataan 5 mengenai kepercayaan tentang *internet banking* yang dapat untuk dimanfaatkan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang (28,26%), setuju sebanyak 60 orang (65,21%), kurang setuju sebanyak 8 orang (8,69%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

- 6) Butir pernyataan 6 mengenai kepercayaan untuk bertransaksi dengan cepat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (28,26%), setuju sebanyak 61 orang (66,30%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5,43%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel 4.6 Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Layanan (X₂)

No.	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	39	42.39	49	53.26	3	3.26	1	1.09	0	0	92	100
2	37	40.21	52	56.52	2	2.17	1	1.09	0	0	92	100
3	40	43.47	48	52.17	2	2.17	2	2.17	0	0	92	100
4	42	45.65	47	51.08	2	2.17	1	1.09	0	0	92	100
5	39	42.39	51	55.43	1	1.09	1	1.09	0	0	92	100
6	37	40.21	52	56.52	2	2.17	1	1.09	0	0	92	100
7	32	34.78	51	55.43	7	7.60	2	2.17	0	0	92	100
8	34	36.95	50	54.34	7	7.60	1	1.09	0	0	92	100
9	38	41.30	51	55.43	3	3.26	0	0	0	0	92	100
10	34	36.95	55	59.78	3	3.26	0	0	0	0	92	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1). Butir pernyataan 1 mengenai berwujud dilihat dari gedung yang digunakan terlihat bagus atau nyaman untuk ditempati, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 orang (42,39%), setuju sebanyak 49 orang (53,26%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,26%), sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju.
- 2). Butir pernyataan 2 mengenai berwujud dilihat dari fasilitas-fasilitas yang ada di gedung masih dapat digunakan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (40,21%), setuju sebanyak 52 orang (56,52%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,17%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- 3). Butir pernyataan 3 mengenai keandalan karyawan melayani nasabah ramah dan sopan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang (43,47%), setuju sebanyak 48 orang (52,17%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,17%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,17%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 4). Butir pernyataan 4 mengenai keandalan karyawan memberikan penjelasan kepada nasabah dengan baik, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 orang (45,65%), setuju sebanyak 47 orang (51,08%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,17%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju..
- 5). Butir pernyataan 5 mengenai ketanggapan karyawan menjawab pertanyaan dengan baik, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 orang (42,39%), setuju sebanyak 51 orang (55,45%), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,09%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 6). Butir pernyataan 6 mengenai ketanggapan karyawan langsung menanggapi permintaan nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (40,21%), setuju sebanyak 52 orang (56,52%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,17%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 7). Butir pernyataan 7 mengenai jaminan dan kepastian adanya ketelitian karyawan saat melayani nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (34,78%), setuju sebanyak 51 orang (55,43%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7,60%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,17%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 8). Butir pernyataan 8 mengenai jaminan dan kepastian menumbuhkan kepercayaan kepada nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 orang (36,96%), setuju sebanyak 50 orang (54,34%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7,60%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 9). Butir pernyataan 9 mengenai empati adanya keramahan karyawan kepada nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang

(41,30%), setuju sebanyak 51 orang (55,43%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,26%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.

- 10). Butir pernyataan 10 mengenai empati adanya perhatian kareayan kepada nasabah, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 orang (36,95%), setuju sebanyak 55 orang (59,78%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,26%), dan tidak ada responden tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.7 Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No .	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	21.73	65	70.66	6	6.52	1	1.09	0	0	92	100
2	18	19.57	66	71.74	7	7.60	1	1.09	0	0	92	100
3	21	22.82	59	64.14	12	13.04	0	0	0	0	92	100
4	19	20.65	61	66.31	12	13.04	0	0	0	0	92	100
5	13	14.13	62	67.39	16	17.39	1	1.09	0	0	92	100
6	14	15.22	61	66.30	16	17.39	1	1.09	0	0	92	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1). Butir pernyataan 1 mengenai kesesuaian harapan pelayanan yang diperoleh sesuai atau tidak, Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (21,73%), setuju sebanyak 65 orang (70,66%), kurang setuju sebanyak 6 orang (6,52%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 2). Butir pernyataan 2 mengenai fasilitas yang didapat sesuai atau tidak, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (19,57%), setuju sebanyak 66 orang (71,74%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7,60%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 3). Butir pernyataan 3 mengenai minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang (22,82%), setuju sebanyak 59 orang (64,14%), kurang setuju sebanyak 12

orang (13,04%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.

- 4). Butir pernyataan 4 mengenai minat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (20,65%), setuju sebanyak 61 orang (66,31%), kurang setuju sebanyak 12 orang (13,04%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.
- 5). Butir pernyataan 5 mengenai kesediaan untuk merekomendasi karena pelayanan yang baik, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (14,13%), setuju sebanyak 62 orang (67,39%), kurang setuju sebanyak 16 orang (17,39%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 6). Butir pernyataan 6 mengenai kesediaan untuk merekomendasi karena fasilitas yang disediakan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (15,22%), setuju sebanyak 61 orang (66,30%), kurang setuju sebanyak 16 orang (17,39%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,09%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 15.0 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N=92$, maka derajat bebasnya adalah $N-2= 92-2= 90$. Nilai r_{tabel} dua arah pada $df= 90$ dan $p= 0,05$ adalah 0,205. Hasil *output* SPSS yang di peroleh untuk uji validitas dari variabel

teknologi informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Teknologi Informasi (X_1)

No. Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Satuan
1	0.852	0,205	Valid
2	0.849	0,205	Valid
3	0.736	0,205	Valid
4	0.816	0,205	Valid
5	0.840	0,205	Valid
6	0.833	0,205	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 15.0

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_2)

No. Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Satuan
1	0.741	0,205	Valid
2	0.748	0,205	Valid
3	0.791	0,205	Valid
4	0.783	0,205	Valid
5	0.710	0,205	Valid
6	0.717	0,205	Valid
7	0.739	0,205	Valid
8	0.691	0,205	Valid
9	0.625	0,205	Valid
10	0.614	0,205	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 15.0

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No. Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Satuan
1	0.822	0,205	Valid
2	0.834	0,205	Valid
3	0.743	0,205	Valid
4	0.767	0,205	Valid

5	0.813	0,205	Valid
6	0.800	0,205	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 15.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel teknologi informasi (X_1), kualitas layanan (X_2) dan kepuasan nasabah (Y) Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemandapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat realibilitas pernyataan variabel teknologi informasi (X_1) dan variabel kualitas layanan (X_2) serta variabel kepuasan nasabah (Y) Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara berdasarkan output SPSS versi 15.0 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Variabel X_1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

Dari hasil output *reliability statistic* diatas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,801 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=92$ dan $df= N - 2= 92 - 2= 90$. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,801 > 0,205$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,80 - 1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel X_2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.771	10

Dari hasil output *reliability statistic* diatas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,771 dengan jumlah pernyataan 10 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=92$ dan $df= N-2= 92-2= 90$. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,771 > 0,205$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,60 - 0,80$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

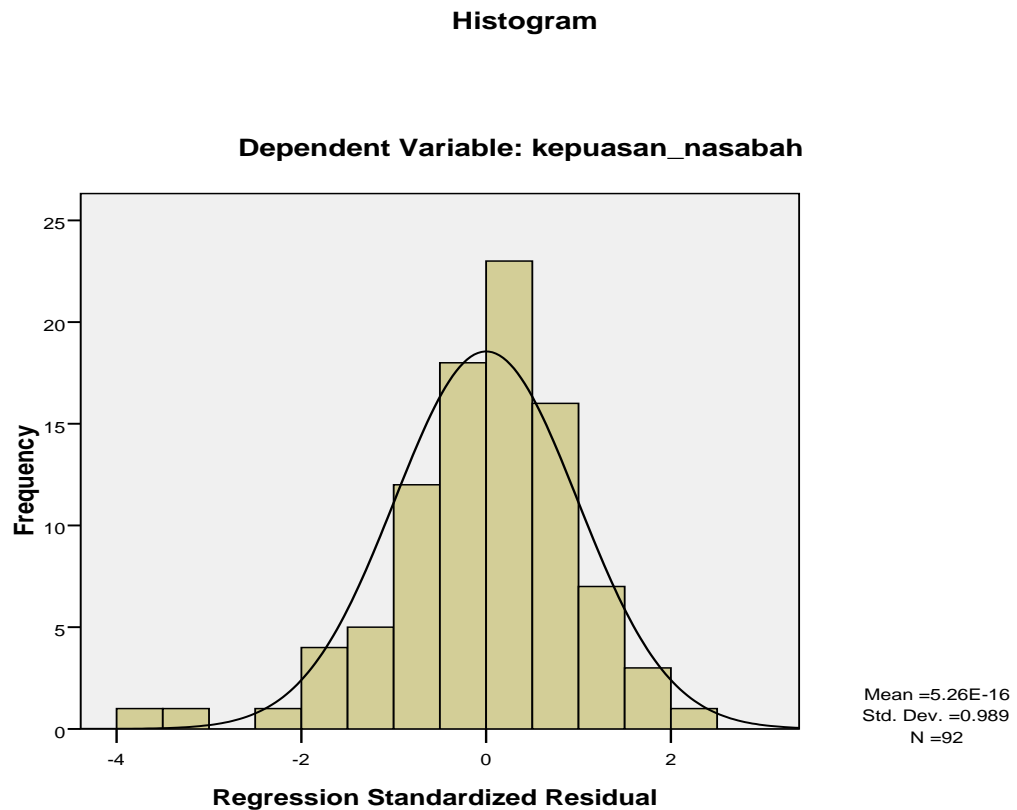
Dari hasil output *reliability statistic* diatas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,797 dengan jumlah pernyataan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=92$ dan $df= N-2= 92-2= 90$. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,797 > 0,205$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hampir menyerupai lonceng yang sempurna.

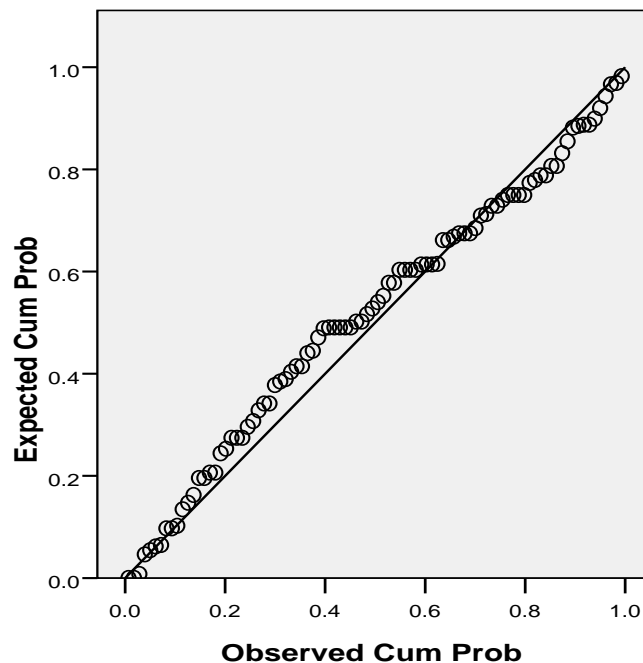


Gambar 4.1 Histogram Display Normal Curve

Berdasarkan gambar histogram di atas, dapat dilihat bahwa kurva teknologi informasi dan kualitas layanan pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya teknologi informasi dan kualitas layanan memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: kepuasan_nasabah



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.2, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antara variabel bebas. Uji multikoleniaritas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *Tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflated Factors*). *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen (*tolerance* > 0,01) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 (*VIF* < 10). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikoleniaritas adalah dengan melihat adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.²⁸

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.393	1.735		3.109	.003		
	teknologi_informasi	.526	.072	.599	7.302	.000	.641	1.559
	kualitas_layanan	.151	.047	.262	3.199	.002	.641	1.559

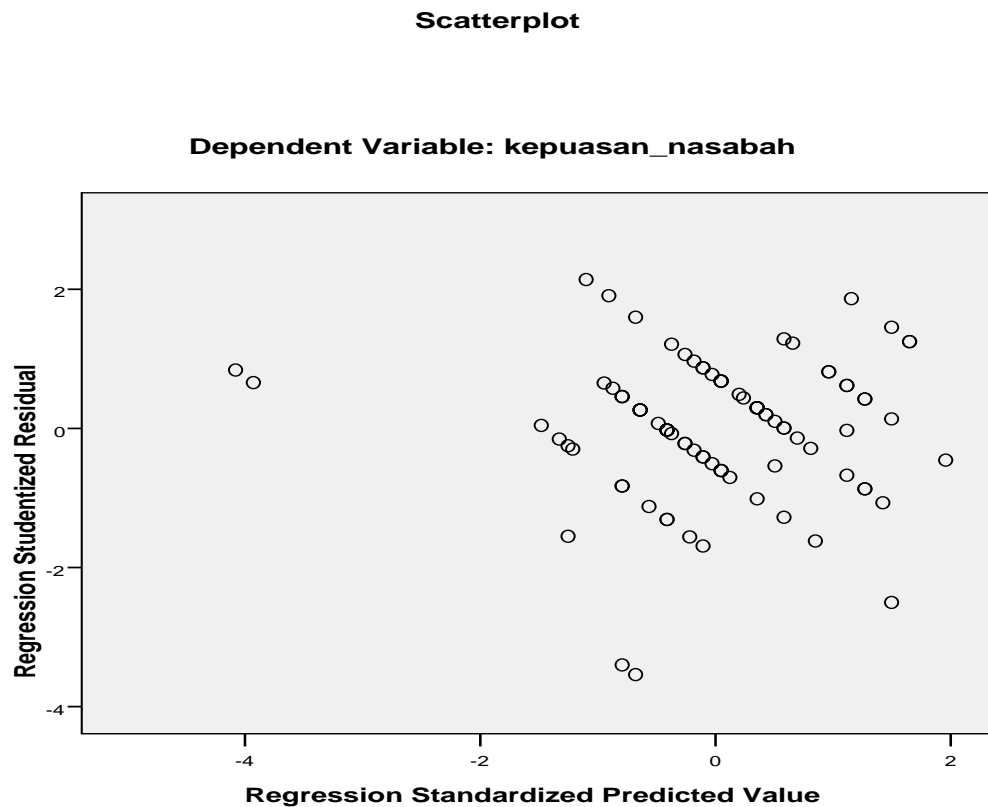
a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Berdasarkan tabel di atas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Teknologi Informasi: 0,641, Kualitas Layanan: 0,641) lebih besar dari nilai batas yang di tentukan yaitu sebesar 0,01. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (Teknologi Informasi: 1,559, Kualitas Layanan: 1,559). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikoleniaritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, di mana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot.

²⁸ Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), hal. 83



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785(a)	.616	.607	1.571	2.390

a Predictors: (Constant), kualitas_layanan, teknologi_informasi

b Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Dari hasil uji autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson sebesar 2.390. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data untuk

$n=92$, dan $k=2$ diperoleh nilai DW tabel dL 1.616 dan dU 1.7053 . Nilai DW hitung $2.390 >$ dari batas atas (dU), yaitu 2.390 dan kurang dari 4-du, sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

5. Uji Statistik

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/ bebas (variabel teknologi informasi dan kualitas layanan) menjelaskan variabel dependen terikat (kepuasan nasabah) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.17 Hasil Uji R^2

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785(a)	.616	.607	1.571

a Predictors: (Constant), kualitas_layanan, teknologi_informasi

b Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,616 atau 61,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari teknologi informasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Pengujian Secara Individual (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau teknologi informasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df = n - k = 92 - 3 = 89$.

Tabel 4.18 Hasil Uji T**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.393	1.735		3.109	.003		
teknologi_informasi	.526	.072	.599	7.302	.000	.641	1.559
kualitas_layanan	.151	.047	.262	3.199	.002	.641	1.559

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat di jelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis:

H_0 : teknologi informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel Teknologi Informasi atau X_1 di peroleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel teknologi informasi adalah sebesar 0,599 atau sebesar 59,9%. Artinya besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 59,9%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila teknologi informasi mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis:

H_0 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan atau X_2 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,002. Nilai Sig < 0,05 (0,002 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,262 atau sebesar 26,2%. Artinya besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 26,2%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

c. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

H_0 : teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengambilan keputusan jika:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.
- 2) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS:

- 1) Jika $0,05 \geq \text{Sig}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika $0,05 \leq \text{Sig}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

Tabel 4.19 Hasil Uji F

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.186	2	176.093	71.340	.000(a)
	Residual	219.683	89	2.468		
	Total	571.870	91			

a Predictors: (Constant), kualitas_layanan, teknologi_informasi

b Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (dfl) dengan rumus $dfl = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2 = n - k$. dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 3$ dan $n = 92$. Maka nilai dfl dalam penelitian ini adalah $dfl = 3 - 1 = 2$ dan $df2 = 92 - 3 = 89$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan $dfl = 2$ dan $df2 = 89$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 71,340. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($71,340 > 3,10$), artinya teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.393	1.735		3.109	.003		
	teknologi_informasi	.526	.072	.599	7.302	.000	.641	1.559
	kualitas_layanan	.151	.047	.262	3.199	.002	.641	1.559

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. dalam sub

kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 5,393 sedangkan nilai koefisien regresi untuk teknologi informasi (X_1) = 0,526 dan kualitas pelayanan (X_2) = 0,151. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat di rumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan di interpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \epsilon$$

$$Y = 5,393 + 0,526X_1 + 0,151X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,393 menyatakan bahwa jika teknologi informasi dan kepuasan pelayanan diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 5,393.
- 2) Koefisien regresi dari teknologi informasi adalah sebesar 0,526. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat teknologi informasi sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,526. Begitu juga sebaliknya, apabila teknologi informasi mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,526.
- 3) Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah sebesar 0,151. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,151. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,151.

C. INTERPRETASI PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel teknologi informasi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (dfl) dengan rumus

$df_1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/ *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df_2 dengan rumus $df_2 = n - k$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini $k = 3$ dan $n = 92$. Maka nilai df_1 dalam penelitian ini adalah $df_1 = 3 - 1 = 2$, dan $df_2 = 92 - 3 = 89$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 89$ di peroleh nilai F_{tabel} dari tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 71,340 dan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($Sig < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($71,340 > 3,10$), artinya teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,616 atau 61,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari teknologi informasi dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 61,6% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kepuasan nasabah.

Dari hasil pengujian parsial (uji t) pada variabel teknologi informasi diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai Sig $0,000 < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan untuk hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,002. Nilai Sig $0,002 < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil pengujian analisa uji F di atas, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($71,340 > 3,10$) dan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka diperoleh H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

D. PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penggunaan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri dan diisi oleh para nasabah, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

Pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dari tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai *t* hitung teknologi informasi sebesar 7,302 dengan nilai *sig.* sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak, maka teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam teknologi informasi Bank Syariah Mandiri berupa kemudahan, resiko, dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dari tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai *t* hitung sebesar 3,199 dengan nilai *sig.* sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam teknologi informasi Bank Syariah Mandiri berupa berwujud (*Tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsive*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*) dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Menurut teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang menyatakan bahwa dalam mengukur faktor pelayanan diperlukan indikator yang mencakup lima dimensi utama yang disusun sesuai tingkat kepentingan relatifnya seperti *Responsive*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangible*.²⁹ Selain diperlukan indikator, dalam pelayanan menurut teori E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno menyatakan bahwa dalam pelayanan memiliki empat karakteristik pelayanan yang baik meliputi tidak dapat berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah dan daya

²⁹ Fandi T. Ph. D dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, hal. 198

tahan.³⁰ Karyawan Bank Syariah Mandiri juga harus bias mengerti apa kebutuhan dan keinginan para nasabah maupun calon nasabahnya.

Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Dari tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 59,9% ditunjukkan pada variabel teknologi informasi (X_1). Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah teknologi informasi (X_1). Teknologi informasi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri dibandingkan dengan kualitas layanan yang dimiliki.

Dalam hal ini dikemukakan oleh Oliver bahwa *Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan hasrat dan tujuan pelanggan.*³¹ Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada Bank Syariah Mandiri terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya.

³⁰ E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal. 27

³¹ M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indah 2005), hal.36

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel teknologi informasi (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0.000. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan persentase sebesar 0,599 atau 59,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas layanan (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0,002. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) dengan persentase sebesar 0,262 atau 26,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji f, dimana diperoleh nilai nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Adapun nilai F_{hitung} sebesar 71,340. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($71,340 > 3,10$), artinya teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah di kemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait:

1. Bagi karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara diharapkan harus lebih meningkatkan teknologi informasi dan kualitas SDM yang baik dan didukung oleh pelayanan yang tinggi, maka hal itu akan menghantar lembaga perbankan menuju kesuksesan, karena kemampuan SDM yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi lembaga perbankan agar tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya.
2. Bagi Nasabah hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.
3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang diharapkan untuk meneliti kinerja yang dimiliki Perbankan Syariah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya mencakup teknologi informasi dan kualitas layanan saja. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan syariah yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Mohammad. 2009. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*". Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang.
- Davies, Beynon. 2007, *Analisis dan Rancangan Sistem Informasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Depag RI. 1987, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: Depag RI.
- Gerson, Gerson, F. 2004, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PPM.
- Gerson, Richard. F. 2004, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PPM.
- Handiman, Edia, Ir. 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media.
- Hendryadi, Suryani. 2013, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana.
- Ibrahim, Wahab, Abdul. 2006, *Banking Cards Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irawan, Handi. 2002, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elek Media Komposindo.
- Kadir, Abdul, Triwahyuni. 2005, *Pengenalan Teknologi Informasi*, Yogyakarta: TCH.
- Kasmir, Dr, S.E, M.M. 2013, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khotler, Philip, dkk. 1996, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Indonesia.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo.
- Maetono, Nanang. 2001, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis isi dan analisis data sekunder* Jakarta: Raja Grafindo.
- Muhtosim, Arief. 2007, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Prabowo, Ronny. 2005, *Teknologi Informasi dan Kinerja Keuangan*, Solo: SNA VIII.
- Rianto, Nur, Al Arif. 2010, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta.

Rismiati, Catur, E dan Suratno, Bondan. 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanisius.

Sugiarto, Endar. 1999, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: Gramedia.

Sugiono. 2013, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung, Alfabeta.

Supriyadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Suryono, Hasan. 2014, *Metode Analisis statistik*, Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005, *Service, Quality dan Satisfication*, Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. 2003, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yakub. 2013, *Pengantar sistem Informasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Nama | : Dewi Berlian Harahap |
| 2. Nim | : 26.13.4.089 |
| 3. Tempat, Tanggal Lahir | : Gunung Tua, 27 November 1993 |
| 4. Pekerjaan | : Mahasiswi |
| 5. Alamat | : Jl. Pancing Gang Rezeki No. 70A Medan |

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri Gunung Tua Berijazah tahun 2006
2. Tamatan MTS Al-Abraar Siais Berijazah tahun 2009
3. Tamatan MAS Al-Abraar Siais Berijazah tahun 2012
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Berijazah tahun 2017

III. IDENTITAS ORANG TUA

- | | |
|-------------------|---------------------------------------|
| 1. Nama Ayah | : Yusup Harahap |
| 2. Nama Ibu | : Nurhanisa Siregar |
| 3. Pekerjaan Ayah | : Wiraswasta |
| 4. Pekerjaan Ibu | : Wiraswasta |
| 5. Alamat | : Jl. Merdeka No. 29 Pasar Gunung Tua |

Lampiran 1

1. Hasil Uji Validitas Variabel Teknologi Informasi

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	Teknologi-informasi
item_1	Pearson Correlation	1	.869(**)	.433(**)	.616(**)	.639(**)	.706(**)	.852(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_2	Pearson Correlation	.869(**)	1	.467(**)	.571(**)	.697(**)	.655(**)	.849(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_3	Pearson Correlation	.433(**)	.467(**)	1	.711(**)	.456(**)	.419(**)	.736(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_4	Pearson Correlation	.616(**)	.571(**)	.711(**)	1	.524(**)	.509(**)	.816(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_5	Pearson Correlation	.639(**)	.697(**)	.456(**)	.524(**)	1	.880(**)	.840(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000

item_6	N	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.706(**)	.655(**)	.419(**)	.509(**)	.880(**)	1	.833(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
teknologi_informasi	N	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.852(**)	.849(**)	.736(**)	.816(**)	.840(**)	.833(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

Table Caption

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	kualitas_pelayanan
item_1	Pearson Correlation	1	.940(**)	.424(**)	.428(**)	.623(**)	.647(**)	.331(**)	.337(**)	.317(**)	.308(**)	.741(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.002	.003	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_2	Pearson Correlation	.940(**)	1	.404(**)	.410(**)	.639(**)	.665(**)	.356(**)	.336(**)	.322(**)	.343(**)	.748(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

item_3	Pearson Correlation	.424 (**)	.404 (**)	1	.948 (**)	.362 (**)	.362 (**)	.623 (**)	.587 (**)	.437 (**)	.430 (**)	.791 (**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_4	Pearson Correlation	.428 (**)	.410 (**)	.948 (**)	1	.397 (**)	.397 (**)	.608 (**)	.518 (**)	.411 (**)	.406 (**)	.783 (**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_5	Pearson Correlation	.623 (**)	.639 (**)	.362 (**)	.397 (**)	1	.919 (**)	.324 (**)	.300 (**)	.303 (**)	.292 (**)	.710 (**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.004	.003	.005	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_6	Pearson Correlation	.647 (**)	.665 (**)	.362 (**)	.397 (**)	.919 (**)	1	.348 (**)	.299 (**)	.307 (**)	.261 (*)	.717 (**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.004	.003	.012	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_7	Pearson Correlation	.331 (**)	.356 (**)	.623 (**)	.608 (**)	.324 (**)	.348 (**)	1	.890 (**)	.335 (**)	.339 (**)	.739 (**)
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.002	.001		.000	.001	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
item_8	Pearson Correlation	.337 (**)	.336 (**)	.587 (**)	.518 (**)	.300 (**)	.299 (**)	.890 (**)	1	.281 (**)	.256 (*)	.691 (**)

item_9	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.004	.004	.000		.007	.014	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.317 (**)	.322 (**)	.437 (**)	.411 (**)	.303 (**)	.307 (**)	.335 (**)	.281 (**)	1	.893 (**)	.625 (**)
item_10	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.003	.003	.001	.007		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.308 (**)	.343 (**)	.430 (**)	.406 (**)	.292 (**)	.261 (*)	.339 (**)	.256 (*)	.893 (**)	1	.614 (**)
kualitas_pelayanan	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000	.005	.012	.001	.014	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.741 (**)	.748 (**)	.791 (**)	.783 (**)	.710 (**)	.717 (**)	.739 (**)	.691 (**)	.625 (**)	.614 (**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	kepuasan_nasabah
item_1	Pearson Correlation	1	.976(**)	.413(**)	.465(**)	.602(**)	.602(**)	.822(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92

item_2	Pearson Correlation	.976(**)	1	.465(**)	.480(**)	.615(**)	.577(**)	.834(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_3	Pearson Correlation	.413(**)	.465(**)	1	.970(**)	.338(**)	.308(**)	.743(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.003	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_4	Pearson Correlation	.465(**)	.480(**)	.970(**)	1	.349(**)	.349(**)	.767(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_5	Pearson Correlation	.602(**)	.615(**)	.338(**)	.349(**)	1	.941(**)	.813(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
item_6	Pearson Correlation	.602(**)	.577(**)	.308(**)	.349(**)	.941(**)	1	.800(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.001	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
kepuasan_nasabah	Pearson Correlation	.822(**)	.834(**)	.743(**)	.767(**)	.813(**)	.800(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Realibilitas Variabel Teknologi Informasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	92	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	7

5. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Layanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	92	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	11

6. Hasil Uji Realibitas Variabel Kepuasan Nasabah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	92	100.0

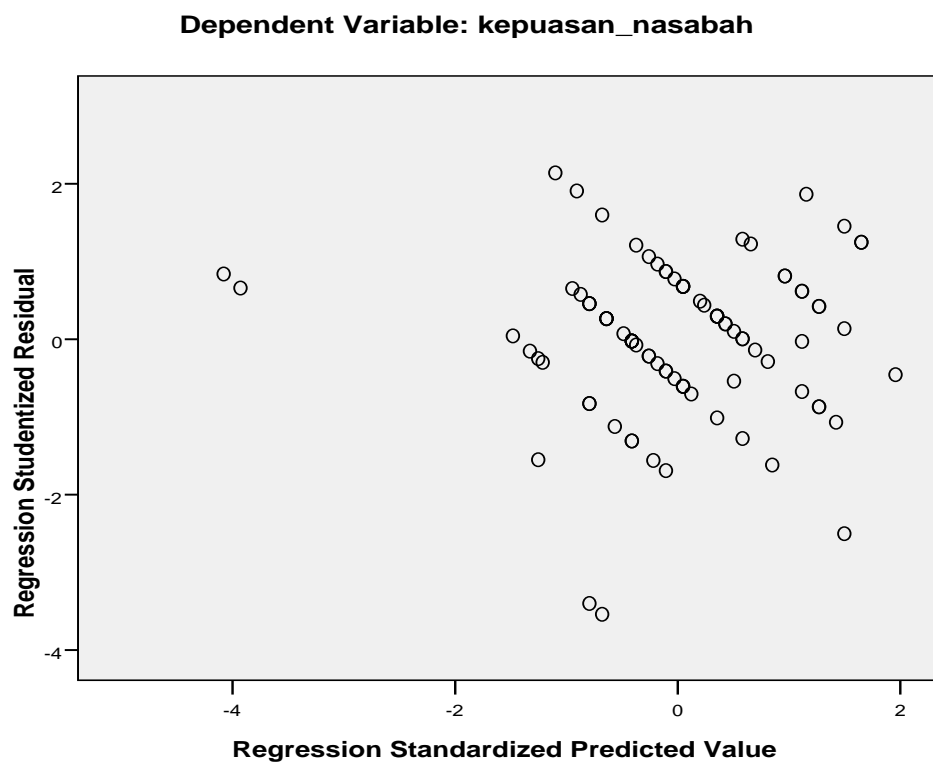
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	7

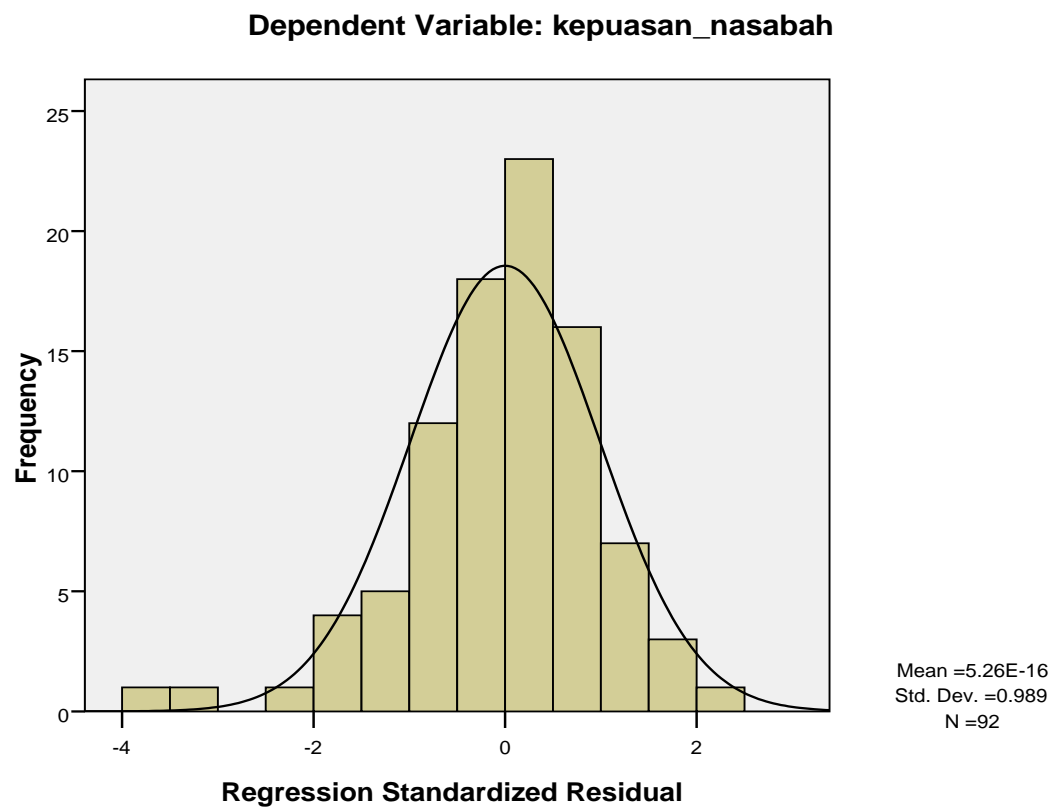
7. Hasil Uji Heteroskedasitas

Scatterplot



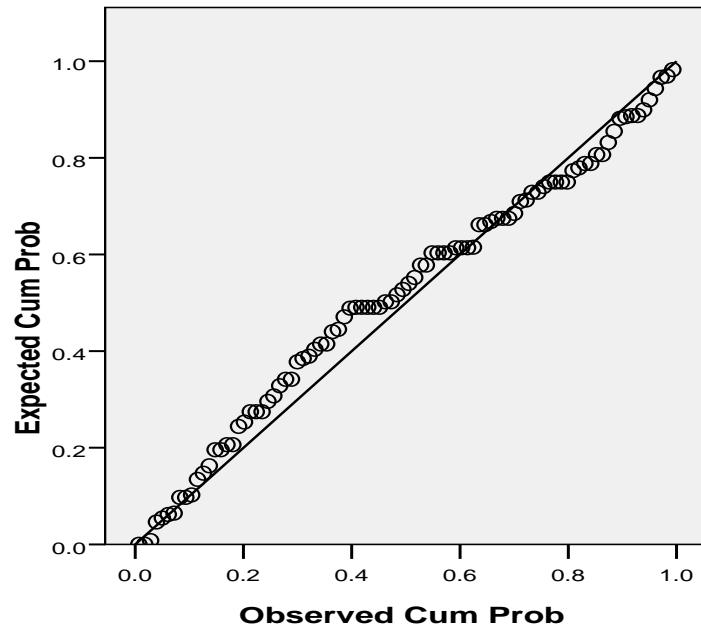
8. Hasil Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: kepuasan_nasabah



9. Hasil Uji Auto Korelasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785(a)	.616	.607	1.571	2.390

10. Hasil Uji R²

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785(a)	.616	.607	1.571

11. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.393	1.735		3.109	.003		
teknologi_informasi	.526	.072	.599	7.302	.000	.641	1.559
kualitas_layanan	.151	.047	.262	3.199	.002	.641	1.559

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

12. Hasil Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.186	2	176.093	71.340	.000(a)
	Residual	219.683	89	2.468		
	Total	571.870	91			

Lampiran 2

1. Hasil skor responden terhadap teknologi informasi

no.	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
1	5	4	3	4	4	5	25
2	5	4	3	4	4	5	25
3	4	4	3	4	5	5	25
4	4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	3	4	4	4	23
6	4	4	3	4	4	4	23
7	5	5	3	4	5	5	27
8	5	5	3	5	5	5	28
9	5	4	5	4	5	5	28
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	4	4	4	4	26
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	3	4	23
15	4	4	3	4	4	4	23
16	4	4	3	4	4	4	23
17	4	4	3	3	4	4	22
18	5	5	4	4	5	5	28
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	3	3	3	4	21
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	3	3	4	4	22
26	4	4	3	3	4	4	22
27	4	4	3	3	4	4	22
28	5	5	4	4	5	5	28
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	4	4	28
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	5	4	5	5	27
34	3	4	4	3	4	4	22
35	3	4	4	3	4	4	22
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	3	3	4	4	22

38	4	4	4	4	3	3	22
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	3	3	4	4	22
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	2	2	3	3	16
44	5	5	4	4	5	5	28
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	2	2	2	2	3	3	14
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	4	3	3	4	4	22
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	5	4	4	5	5	28
53	5	5	4	4	5	5	28
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	4	5	4	4	5	27
56	5	5	4	4	5	5	28
57	4	4	5	5	4	4	26
58	5	5	4	4	5	5	28
59	5	5	4	4	5	5	28
60	4	4	4	4	5	5	26
61	5	5	4	4	5	5	28
62	4	4	3	3	4	4	22
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	3	3	3	3	20
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	5	5	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	3	3	4	4	22
70	4	4	3	3	4	4	22
71	4	4	3	3	4	4	22
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	3	3	4	4	22
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	3	3	3	4	21
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24

79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	5	3	4	4	24
81	4	4	3	3	3	3	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	4	4	5	4	27
84	5	4	4	5	4	4	26
85	5	5	4	4	4	4	26
86	4	4	4	5	4	4	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24

2. Hasil skor responden terhadap kualitas layanan

no.	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	total
1	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
2	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
6	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
7	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
8	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
9	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
14	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
21	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45
24	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43

25	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
26	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
27	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
28	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
29	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
30	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
31	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
32	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	42
35	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
36	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
37	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
38	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
41	4	4	4	4	4		4	4	4	4	36
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	22
44	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	27
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
51	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
52	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
54	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
55	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
56	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
57	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
58	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
60	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
63	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
66	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
67	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46

68	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
69	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
70	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
71	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
72	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
73	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
74	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	40
77	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
81	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	42
82	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
83	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	42
84	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
85	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
86	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
87	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
88	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
91	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
92	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43

3. Hasil skor responden terhadap kepuasan nasabah

no.	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
1	4	4	4	4	5	4	25
2	5	4	3	4	4	5	25
3	4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	3	3	4	4	22
5	4	4	4	4	5	5	26
6	4	4	3	3	4	4	22
7	4	4	3	3	4	4	22
8	5	5	4	4	5	5	28
9	5	5	4	4	5	4	27
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	3	3	4	4	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	3	3	3	3	3	18

16	4	4	4	4	5	5	26
17	4	4	4	4	4	4	24
18	3	3	3	3	3	3	18
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	4	4	4	4	26
22	4	4	4	4	3	3	22
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	5	5	4	4	26
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	4	4	4	4	26
31	4	4	5	5	5	5	28
32	4	4	4	4	5	5	26
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	5	5	26
37	4	4	4	4	5	5	26
38	3	3	4	4	3	3	20
39	4	4	4	4	4	4	24
40	2	2	3	3	2	2	14
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	4	4	5	5	4	4	26
45	4	4	5	5	4	4	26
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	5	4	4	28
50	4	4	4	4	3	3	22
51	4	4	4	4	5	5	26
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	5	5	4	4	26

59	5	5	4	4	5	5	28
60	5	5	5	5	4	4	28
61	4	4	5	5	4	4	26
62	4	4	4	4	3	3	22
63	4	4	5	5	4	4	26
64	4	4	4	4	3	3	22
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	5	5	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	3	3	22
73	4	4	5	5	4	4	26
74	4	4	4	4	3	3	22
75	4	4	4	4	3	3	22
76	4	4	4	4	3	3	22
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	5	5	4	4	26
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	5	5	4	4	26
81	4	4	4	4	3	3	22
82	4	4	5	5	4	4	26
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	5	5	4	4	26
85	4	4	5	4	4	4	25
86	4	4	5	5	4	4	26
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	5	25
89	4	4	5	5	4	4	26
90	4	4	5	5	4	4	26
91	4	4	5	5	4	4	26
92	4	4	4	4	4	4	24

IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden : _____
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : _____ Tahun
4. Masa Kerja : ☐ 0-1 Tahun ☐ 2-4 Tahun ☐ > 4 Tahun
5. Tingkat Pendidikan : ☐ S2 ☐ S1 ☐ D3 ☐ SMA ☐ SLTA

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda checklist (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada masing-masing pernyataan.
2. Kuesioner di bawah ini memuat sejumlah pernyataan. Bapak/Ibu diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada kuesioner ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.

KETERANGAN

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Saya Tidak Setuju

1. Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
2.	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
Minat Untuk Berkunjung Kembali						
3.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan					
4.	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					
Kesediaan Merekomendasikan						
5.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan <i>internet banking</i> yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan					
6.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan <i>internet banking</i> yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					

(Sumber: sudah diolah)

2. Teknologi Informasi

No .	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
Kemudahan						
1.	Transaksi dengan menggunakan <i>internet banking</i> dapat dilakukan kapan saja tanpa batas					
2.	Saya mampu menggunakan <i>internet banking</i> untuk bertransaksi					
Risiko						
3.	Dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam melakukan beberapa transaksi <i>internet banking</i>					
4.	Gangguan jaringan <i>internet banking</i> sangat rendah					
Kepercayaan						
5.	<i>Internet banking</i> dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan saya.					
6.	Transaksi dengan menggunakan <i>internet banking</i> dapat dilakukan dengan cepat					

(Sumber: sudah diolah)

3. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
Berwujud						
1.	Gedung yang digunakan terlihat bagus dan nyaman untuk ditempati					
2.	Fasilitas-fasilitas yang ada di gedung masih dapat digunakan					
Keandalan						
3.	Karyawan melayani nasabah dengan baik dan sopan					
4.	Karyawan memberikan penjelasan kepada nasabah dengan baik					
Ketanggapan						
5.	Karyawan menjawab pertanyaan dengan baik					
6.	Karyawan langsung menanggapi permintaan nasabah					
Jaminan dan kepastian						
7.	Ketelitian karyawan saat melayani nasabah					
8.	Menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi					
Empati						
9.	Keramahan karyawan kepada para nasabah					
10.	Memberikan perhatian sepenuhnya kepada nasabah saat melakukan transaksi					

(Sumber: sudah diolah)